

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

ХРИСТОФОРОВА ІННА ВОЛОДИМИРІВНА

УДК: 388.45:658:664

УПРАВЛІННЯ СОБІВАРТІСТЮ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ
ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

08.00.04 – Економіка та управління підприємствами
(харчова промисловість)

Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Київ – 2009

Дисертацією є рукопис

Робота виконана в Національному університеті харчових технологій
Міністерства освіти і науки України

Науковий керівник - кандидат економічних наук, доцент,
Череп Алла Василівна

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор,
Корінєв Валентин Леонідович,
Запорізький Класичний приватний університет, кафедра
економіки підприємства і маркетингу, проректор з
наукової роботи

кандидат економічних наук, старший викладач,
Скригун Наталія Петрівна,
Національний університет харчових технологій,
Міністерства освіти і науки України, кафедра маркетингу

Захист відбудеться «03» квітня 2009 р. о 15.00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.058.01 в Національному університеті харчових технологій: 01033, Київ-33, вул. Володимирська, 66, аудиторія А-311.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Національного університету харчових технологій: 01033, Київ-33, вул. Володимирська, 68.

Автореферат розісланий “ _____ ” _____ р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради _____

В.М. Марченко

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Економічна ситуація, що склалася в економіці України вимагає змін в усіх сферах господарювання та функціях управління виробничими процесами. При подальшому формуванні ринкового середовища, планомірному курсі на удосконалення управління підприємством головною умовою зростання виробничого потенціалу хлібопекарської промисловості України є перехід до нової системи управління виробництвом, інтеграція методів управління в єдину систему управлінського обліку, основою якого є формування інформації про собівартість продукції.

Оскільки собівартість продукції є одним із найважливіших показників, який комплексно характеризує зміни в техніці, технології, організації праці та виробництва, що відбуваються на підприємстві, то саме він є індикатором прибутковості хліба та хлібобулочних виробів та однією із основних умов зростання прибутку підприємства, підвищення рентабельності та ефективності його роботи.

Ефективність роботи підприємства значною мірою залежить від інформації про формування собівартості тому, що є основою прогнозування і управління виробництвом. В собівартості знаходиться відображення якості усієї виробничо-господарської діяльності підприємства: чим краще використовуються його основні і оборотні засоби, менші витрати праці на одиницю продукції, чим чіткіше та більш узгоджено працює апарат управління, ефективніше запроваджуються передові форми організації виробництва і прогресивна технологія, тим нижче собівартість продукції, а недоліки, які виникають в роботі підприємства, викликають її збільшення.

Коли посилюється конкурентна боротьба на внутрішньому і зовнішніх ринках збуту, зниження собівартості продукції в сукупності з податковими пільгами набуває особливо великого значення. Варто зауважити, що в останні роки спостерігається тенденція до зростання собівартості продукції підприємств хлібопекарської промисловості. Це пояснює підсилення значення показника собівартості продукції в діяльності хлібопекарських підприємств, оскільки разом із адміністративним втручанням в процес ціноутворення вони призводять до збитковості. Підприємство в межах собівартості повинно покрити витрачені ним ресурси, щоб безперервно продовжувати виробництво та отримувати доходи.

Отже, найбільш повно проявляється взаємозв'язок собівартості з такими категоріями як прибуток і ціна. Підсилення значення прибутку в розвитку підприємства, галузі і усього господарства призводить до збільшення ролі собівартості, як одного із найважливіших якісних показників виробничо-господарської діяльності підприємства.

Проблеми калькулювання собівартості продукції та витрат підприємства постійно знаходяться в центрі уваги багатьох відомих вчених. Значна увага цим проблемам приділена в працях таких економістів: Ф.Ф. Бутинця, С.Ф. Голова, З.В. Гуцайлюка, В.І. Єфіменка, Б.М. Литвина, Ю.Я. Литвина, М.Р. Лучка, М.С.Пушкаря, В.В.Сопка, А.В. Череп, М.Г.Чумаченка та ін.

Вагомий вклад у розвиток методологічних питань обліку витрат виробництва внесли зарубіжні вчені: О.П. Аксененко, П.С. Безруких, Р. Вандер Віл, Фандель Гюнтер, К. Друрі, В.Ф. Палій, Т. Скоун, В.І. Ткач, Д. Фостер, Ч.Т. Хорнгрен, А. Яругова та ін. В той же час поза увагою науковців залишились питання управління собівартістю продукції та шляхи покращення цього процесу, як одного із основних чинників впливу на рівень витрат та політику ціноутворення підприємств.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Наукові розробки, теоретичні положення і висновки дослідження були здійснені у межах наукових тем Національного університету харчових технологій, зокрема: «Розроблення економічного механізму функціонування підприємств харчової промисловості і перероблення сільськогосподарської продукції» (номер державної реєстрації 0107U00475).

Мета і завдання дослідження. Основною метою дисертаційної роботи є розробка й обґрунтування теоретико-методичних і практичних рекомендацій і пропозицій з удосконалення процесу управління собівартістю продукції на підприємствах хлібопекарської промисловості у відповідності до вимог національних положень (стандартів), використання яких сприятиме підвищенню ефективності розвитку зазначеної галузі, задоволенню суспільних потреб у її продукції, забезпеченню отримання підприємницькими структурами достатнього рівня прибутковості і рентабельності виробництва. Для досягнення визначеної мети в дисертаційній роботі передбачено постановку, формулювання та вирішення завдань теоретичного, методичного та практичного характеру, зокрема:

- визначити сучасний фінансовий стан підприємств хлібопекарської промисловості та якість управління собівартістю продукції на них, як основи для подальших досліджень;

- проаналізувати та систематизувати підходи до визначення економічної категорії собівартості продукції та процесу управління нею в сучасних умовах господарювання;

- уточнити теоретичні підходи до класифікації витрат підприємств хлібопекарської промисловості відповідно до сучасних вимог управління та визначити склад витрат, що включаються до основних видів собівартості продукції, які передбачені П(С)БО 16 «Витрати»;

- здійснити оцінку діючої методики калькулювання собівартості та визначити напрямки її удосконалення відповідно до міжнародної практики та національних стандартів бухгалтерського обліку та запропонувати напрями її удосконалення;

- визначити основні напрямки використання калькулювання маржинальної собівартості в управлінні підприємством;

- обґрунтувати пропозиції щодо застосування в практиці управління собівартістю продукції маржинального підходу, як одного із найбільш ефективних у світовій практиці;

- дослідити сучасні методи розподілу загальновиробничих витрат та удосконалити методику їх розподілу;

- визначити місце собівартості продукції у формуванні багатомножинного асортименту підприємств хлібопекарської промисловості;

- проаналізувати можливість використання показника собівартості в прогнозуванні економічної безпеки підприємств хлібопекарської галузі.

Об'єктом дослідження є процес управління собівартістю продукції на підприємствах хлібопекарської промисловості.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і практичних аспектів управління собівартістю як основи беззбиткової діяльності підприємств хлібопекарської промисловості.

Методи дослідження. Дисертаційне дослідження проводилось із застосуванням діалектичного підходу до вивчення сучасного стану управління собівартістю продукції підприємств хлібопекарської галузі. У процесі дослідження було використано загальнонаукові методи пізнання: поєднання абстрактного й конкретного, індукція та дедукція, аналіз і синтез, групування й порівняння. Теоретичне узагальнення, групування та порівняння використовувалися для розкриття сутності понять «собівартість», «калькулювання», а також при дослідженні законодавчих і нормативних актів України, інструктивних матеріалів з питань методики формування і калькулювання собівартості продукції, економічної літератури вітчизняних і зарубіжних вчених, міжнародних та національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку.

Для удосконалення процесу управління собівартістю продукції підприємств хлібопекарської промисловості, класифікації видів собівартості, методики розподілу загальновиробничих витрат застосовувався абстрактно-логічний метод і метод причинно-наслідкового зв'язку. Для обробки даних, наведених у дисертації, було використано такі методичні прийоми: огляд, техніко-економічні розрахунки, аналітичні групування, структурний аналіз.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативні акти, статистичні та фактичні дані, праці вітчизняних і зарубіжних вчених із зазначеної проблеми; законодавчі акти; довідково-інформаційні видання, матеріали науково-практичних конференцій, статистичні дані, фактичні показники діяльності підприємств хлібопекарської промисловості.

Наукова новизна одержаних результатів. Основний науковий результат полягає в теоретичному обґрунтуванні і методичному вирішенні комплексу проблемних питань, пов'язаних із удосконаленням процесу управління собівартістю продукції підприємств хлібопекарської промисловості, зокрема:

вперше:

- розроблено методику розподілу складових загальновиробничих витрат пропорційно тривалості виробничого процесу як критерію, що має причинно – наслідковий характер. Це дає можливість підприємствам хлібопекарської галузі максимально точно розподілити вказані витрати на собівартість хліба та хлібобулочних виробів в залежності від тривалості технологічних стадій;

- запропоновано методику розрахунку впливу собівартості продукції на асортиментну політику підприємств хлібопекарської промисловості, що дає

можливість оптимізувати випуск самоокупної продукції з метою підвищення ефективності діяльності;

удосконалено:

- теоретичний підхід до визначення понятійного апарату теорії собівартості, зокрема надане авторське визначення виробничої собівартості продукції та процесу управління собівартістю. Виробничу собівартість запропоновано розглядати як вартісну оцінку використаних в процесі виробництва прямих витрат, а також частини загальновиробничих витрат, списання яких здійснюється згідно з обліковою політикою, яка прийнята на підприємстві. Управління собівартістю продукції – це систематичний процес, який спрямований на формування максимально точного значення показника собівартості через планування, нормування, облік з метою визначення можливостей його зниження через аналіз та моніторинг;

- підходи до визначення класифікаційних ознак собівартості, що дозволяє здійснювати коректне віднесення виробничих витрат на продукцію, що випускається, та управління собівартістю, а саме: у якості додаткових класифікаційних ознак запропоновано: тривалість періоду, об'єкти розрахунку, калькуляційна одиниця, що дозволить задовольнити потреби управлінського персоналу в оперативній інформації стосовно собівартості в розрізі окремих видів продукції і термінів планування;

- класифікацію видів калькуляцій за характеристиками: період господарської діяльності та об'єкт витрат, що дозволить підприємствам спрогнозувати потребу в оборотних активах та терміни їх залучення;

- методика визначення рівня економічної безпеки підприємства з урахуванням операційного важеля, що дозволить підприємствам хлібопекарської промисловості оперативно прогнозувати можливі зміни фінансового стану;

набули подальшого розвитку:

- теоретичні підходи щодо процесу управління собівартістю продукції через вдосконалення послідовності процедур, таких як калькулювання на стадії нормування та стимулювання, що дозволить підприємствам хлібопекарської промисловості виявити внутрішньовиробничі резерви, усунути нераціональне використання ресурсів;

- теоретико-методичні підходи до процесу управління собівартістю на основі порівняння існуючих систем калькулювання продукції підприємств хлібопекарської промисловості, що дасть можливість підприємствам визначити адекватну, справедливую і конкурентоспроможну ціну реалізації продукції;

- методика управління діяльністю підприємства з урахуванням маржинальної собівартості, що дозволить приймати ефективні управлінські рішення стосовно оптимізації прибутку і рентабельності продукції, що випускається;

- методика формування виробничої собівартості продукції для диверсифікованого виробництва у відповідності до пропорційності виходу продукції, норми виходу окремих продуктів з одиниці сировини, сукупних споживчих властивостей (ціни).

Практичне значення одержаних результатів. Теоретичні дослідження, які виконані в межах дисертації, становлять основу наукових положень і висновків стосовно понятійного апарату собівартості та оцінки процесу управління собівартістю в сучасних умовах на підприємствах хлібопекарської промисловості України.

Отримані результати дослідження спрямовані на підвищення достовірності визначення собівартості хліба та хлібобулочних виробів, оперативності отримання інформації у розрізі об'єктів калькулювання, дають можливість у повному обсязі використовувати потенціал такого показника як собівартість в плануванні асортименту продукції та визначенні ціни при різних умовах господарювання. Практична цінність одержаних результатів полягає в тому, що вони озброюють управлінський персонал новими інструментами управління.

Основні положення, висновки й пропозиції дисертаційної роботи доведено до рівня практичних розробок, спрямованих на підвищення ефективності управління собівартістю продукції підприємств хлібопекарської промисловості України й використано в практичній діяльності підприємств галузі Донецької області (Довідка № 02-63 від 16.09.07) , зокрема, ВАТ «Шахтарський хліб» (Довідка №107-21 від 07.08.07), ТОВ «Голландський хліб» (Довідка №89/1 від 27.09.07), ВАТ «Сніжнянський хлібокомбінат» (Довідка № 147-1 від 07.07.07).

Теоретичні розробки дисертаційної роботи використовуються в навчальному процесі Донецького інституту залізничного транспорту при викладанні таких дисциплін: «Економіка підприємства», «Контролінг», «Менеджмент», «Маркетинг», «Управлінський облік», «Управління витратами», «Економіко – математичні моделі в управлінні та економіці», «Методи і моделі прийняття рішень» для студентів економічних спеціальностей (Довідка №1475/01 від 27.11.2007 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є самостійно виконаним науковим дослідженням. У ній викладено авторський підхід до розв'язання важливого наукового завдання – удосконалення управління собівартістю продукції підприємств хлібопекарської промисловості в умовах конкуренції. Сформульовані та обґрунтовані в дисертаційній роботі наукові висновки та пропозиції належать автору дисертації і є його особистим внеском в економічну науку.

Апробація результатів дослідження. Основні результати дисертаційного дослідження доповідалися на Міжнародній науково-практичній конференції «Наука і освіта 2005» (м. Дніпропетровськ, лютий 2005 р.); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Сучасні проблеми фінансово-господарського контролю» (Кривий Ріг, березень 2005 р.); науково-методичній конференції Донецького інституту залізничного транспорту «Проблеми удосконалення форм і методів навчання. Нові технології навчання» (м. Донецьк, травень 2007 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Стратегії розвитку України у глобальному середовищі» (Сімферополь – Севастополь, жовтень 2007 р.); Всеукраїнській науково - практичній Інтернет –

конференції «Сучасність, наука, час. Взаємодія та взаємовплив» (Київ, листопад 2007 р.).

Публікація результатів дослідження. За результатами дослідження у фахових виданнях опубліковано 8 статей загальним обсягом 2,6 друкованих аркуша, 5 тез доповідей загальним обсягом 0,55 друкованих аркуша. Весь опублікований загальний обсяг друкованих аркушів належить особисто автору.

Структура та обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, додатків та списку використаних джерел. Повний обсяг дисертації становить 250 сторінок, з них основний текст викладений на 218 сторінках, матеріал дисертації ілюстрований 50 таблицями і 23 рисунками. Обсяг додатків складає 13 сторінок. Список використаних джерел містить 203 найменування і займає 18 сторінок.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

У вступі розкрито сутність і значення наукової проблеми, обґрунтовано необхідність проведення дослідження, його актуальність, сформульовано мету і завдання, розкрито загальну методологію вивчення проблеми, відображено наукову новизну і практичне значення отриманих результатів.

Перший розділ «Теоретичні основи дослідження собівартості продукції підприємств хлібопекарської промисловості» присвячений дослідженню теоретичних основ формування інформації стосовно показника собівартості продукції та процесу управління ним.

П(С)БО 16 «Витрати» є одним із основних нормативних документів, який регламентує порядок формування двох видів собівартості продукції: виробничої та собівартості реалізованої продукції і, відповідно, акцентує увагу на відсутність такого поняття як повна собівартість, хоча в економічній діяльності підприємства воно має суттєве значення і його формування та використання доцільне та необхідне.

Аналіз літературних джерел показав, що автори при наданні визначення поняття собівартості не використовують цієї особливості, тому навіть в літературних джерелах, які видані після 2000 року, досить часто зустрічається, що витрати на реалізацію є структурним елементом собівартості. При цьому не уточнюється вид собівартості. Відповідно до цього зауваження, нами було представлено таке визначення виробничої собівартості: це вартісна оцінка використаних в процесі виробництва прямих витрат, а також частини загальновиробничих витрат, списання яких здійснюється згідно з обліковою політикою, яка прийнята на підприємстві.

Таким чином, при наданні визначення показника собівартості в першу чергу необхідно вказати на вид собівартості, оскільки від цього залежить склад витрат, які її формують. Склад витрат, які включаються в будь-який вид собівартості, пояснює її класифікацію за різними ознаками. Найбільш детальна класифікація собівартості зустрічається в роботах Ф.Ф. Бутинця. В межах дослідження нами було запропоновано вдосконалити існуючу класифікацію собівартості такими додатковими характеристиками як: тривалість періоду, об'єкти розрахунку, калькуляційна одиниця, крім того, класифікаційну ознаку –

склад витрат, доповнити такими видами: собівартість реалізованої продукції, маржинальна собівартість.

Як вже зазначалось вище, питанням управління собівартістю продукції приділяла увагу велика кількість українських вчених-економістів. Вони по-різному визначали поняття цього процесу та його складові, але ставили однакові задачі для вирішення: визначення ціни та рентабельності продукції; обґрунтування рішень про зняття з виробництва продукції, яка не користується попитом; визначення ефективності виробництва, а, отже, й загального рівня управління підприємством.

Нами було запропоновано систему управління собівартістю визначати як систематичний процес, який спрямований на формування максимально точного значення показника собівартості продукції через планування, нормування та облік з метою визначення можливостей її зниження через аналіз та моніторинг.

Як будь-яка система процес управління собівартістю має предмет, мету, суб'єктів та послідовність процедур. Саме останні в існуючому стані мають недосконалу структуру, оскільки не відображають завершеності процесу управління собівартістю продукції особливо в частині координації. Тому доцільно було б цей процес вдосконалити двома процедурами: процедурою калькулювання на стадії нормування та процедурою стимулювання. Кожна із цих процедур виконує свою вагому функцію і надає процесу управління більш досконалий вигляд.

Не завжди виробництво окремого продукту проходить в межах відокремленого процесу: виробництво хліба та хлібобулочних виробів є комплексним тому при калькулюванні продукції необхідно враховувати наступні моменти: 1) об'єктом калькулювання повинна бути вся вироблена продукція; 2) максимальне використання методу прямого віднесення витрат на окремі види продукції; 3) переважне використання попередільного методу калькулювання та обліку витрат, який дозволяє підвищити точність розрахунків і збільшити питому вагу прямих витрат у собівартості продукції. При наявності однакової вхідної інформації фактичних виробничих витрат, але при різних підходах (метод виключення витрат, метод розподілу витрат, комбінований метод), отримаємо досить суперечливі висновки у вирішенні питання рентабельності або доцільності виробництва окремих видів продукції (табл. 1).

Розбіжності, які були отримані при дослідженні в розрахунках з використанням різних методів розподілу виробничих витрат на собівартість окремих виробів, вказують на їх методичну недосконалість та на необхідність уніфікації.

Таким чином, незважаючи на докорінні зміни, внесені в систему ціноутворення у зв'язку із їх лібералізацією при переході до ринкових відносин, калькуляційний метод формування ціни залишається основним тому, що ціна має забезпечити покриття всіх витрат і до того ж - одержання прибутку. Якщо розрахована калькуляційним методом ціна виявляється вищою за сформовану на ринку, потрібно знайти шляхи зниження виробничої собівартості та витрат періоду або необхідно відмовитися від даного товару.

**Порівняння розподілу виробничих витрат за дослідженими методами та їх вплив на діяльність підприємства ВАТ «Шахтарський хліб», грн.
(розрахунки наведені для місячного обсягу виробництва)**

Показники	Вироби				
	Хліб білий	Багон нарізний	Булка здобна	Рогалик дитячий	Загальні виробничі витрати
1	2	3	4	5	6
Виробнича собівартість визначена:					
- пропорційно виходу продукції	62544,47	44850,38	1888,44	8734,02	118027,31
- пропорційно нормі виходу	77091,92	39278,94	73,5	1512	117956,36
- пропорційно за ціною (звичайна)	47932,8	52371,92	3883,25	13832	118019,97
- пропорційно за ціною (спрощена)	47817,77	52420,97	3904,81	13883,76	118027,31
- фактично на підприємстві	54216,21	46561,92	3758,03	13491,15	118027,31
Чистий дохід (без ПДВ)	56535,84	58064,52	4777,5	17920	137297,86
Валовий прибуток (збиток) з урахуванням собівартості:					
- пропорційно виходу продукції	-6008,63	13214,14	2889,06	9185,98	19280,55
- пропорційно нормі виходу	-20556,08	18785,58	4704	16408	19341,5
- пропорційно за ціною (звичайна)	8603,04	5692,6	894,25	4088	19277,89
- пропорційно за ціною (спрощена)	8718,07	5643,55	872,69	4036,24	19270,55
- фактично на підприємстві	2319,63	11502,6	1019,47	4428,85	19270,55

У другому розділі «Сучасний стан управління собівартістю продукції на підприємствах хлібопекарської промисловості» досліджується сучасний стан хлібопекарської промисловості та основні причини збитковості підприємств галузі, відповідно, доводиться необхідність процесу управління собівартістю продукції цих підприємств; розглядається управління собівартістю через калькулювання та використання показника маржинальної собівартості в цьому процесі.

Хлібопекарська промисловість виконує соціально-стратегічну функцію в державі, оскільки забезпечує населення життєво необхідними продуктами харчування – хлібом та хлібобулочними виробами. Цей факт пояснює бажання будь-якого уряду стримувати ціни на хліб, що обмежує можливості підприємств хлібопекарської промисловості адекватно реагувати на зміни цін на ринках сировини та енергоносіїв (рис. 1). Через значне державне втручання в політику ціноутворення виникає непропорційна залежність між динамікою цін на хліб і хлібобулочні вироби та їх собівартістю.

В роботі розглянуто основні тенденції та перспективи розвитку кожного елементу собівартості хлібопекарських виробів, що дало можливість зробити висновок стосовно питання правомірності зростання цін на продукцію хлібопекарських підприємств. В цьому контексті гостро постає проблема управління собівартістю хлібопекарських виробів як на рівні підприємства, так і на рівні держави. В межах дослідження розглядалися внутрішні можливості

підприємств, щодо управління собівартістю продукції, де основним елементом в цьому процесі виступає калькулювання.

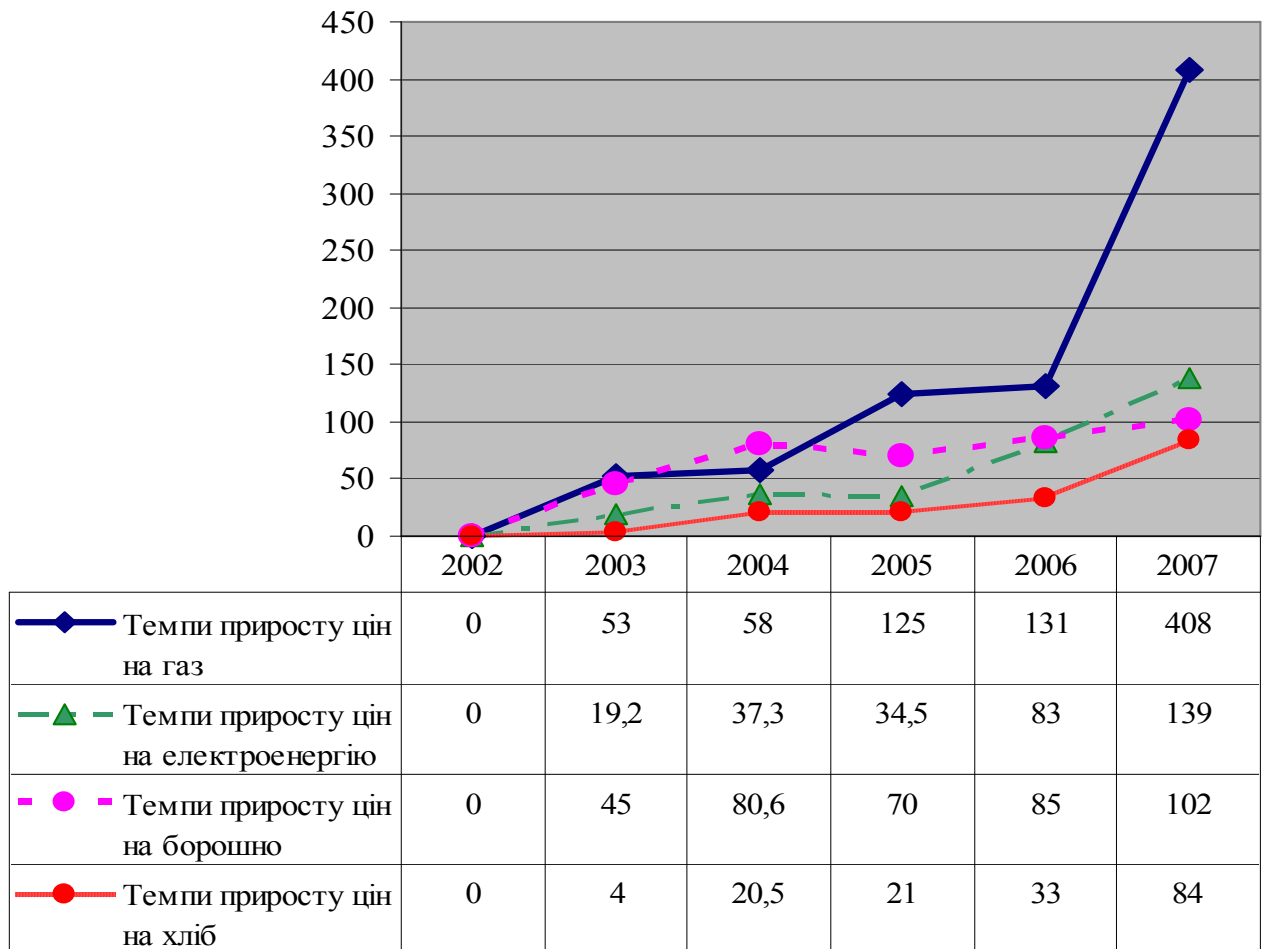


Рис. 1. Динаміка темпів приросту цін на сировину, енергоносії та житньо-пшеничний хліб по Донецькій області за 2002-2007 рр.

В залежності від мети і завдання щодо управління собівартістю на практиці застосовуються різні види калькуляцій. Їх класифікація найбільш широко представлена в роботі Чернелевського Л.М. Але слід зазначити, що в даній класифікації відсутні деякі класифікаційні ознаки: за періодом господарської діяльності, за об'єктом витрат.

Визначення фактичної собівартості продукції – основне завдання, яке виконує процес калькулювання на підприємстві. Але більш актуальним стає питання отримання певного прибутку з оптимально точним рівнем собівартості, яким можна управляти в залежності від ситуації.

Тому в роботі увагу було сконцентровано на калькулюванні собівартості з повним розподілом витрат – абсорпшен-костинг та калькулюванні собівартості за змінними витратами – директ-костинг.

В межах системи абсорпшен-костинг виокремлювалися альтернативні підходи:

- загальновиробничі витрати відносять на собівартість, а адміністративні та витрати на збут – до витрат періоду;

- адміністративні та загальновиробничі витрати відносять на собівартість, а витрати на збут є витратами періоду. Цей підхід більш точно відображає сутність калькулювання з повним розподілом витрат і нагадує практику калькулювання собівартості на українських підприємствах до 2000 року. Результати, які були отримані при дослідженні, показують, що при такому складі собівартості, коли в неї включаються адміністративні витрати, було отримано збиток вже при розрахунку валової маржі.

Нами встановлено, що облік витрат, який існує на українських підприємствах, повністю задовольняє потребу в інформації систему абсорпшен – костинг, можна було б сказати, що й калькулювання відповідає цій концепції. Але П(С)БО 16 “Витрати” передбачено:

- виділення постійної та змінної частини загальновиробничих витрат;
- віднесення на виробничу собівартість тільки змінних та частини постійних загальновиробничих витрат.

Всі вище зазначені моменти – це елементи директ – костингу. Директ-костинг – це система калькулювання собівартості лише на основі змінних витрат, оскільки постійні витрати не утворюють елементів собівартості конкретного виробу, вони як витрати даного періоду списуються за рахунок отриманого валового прибутку.

Сучасний директ – костинг має два підходи:

- калькулювання собівартості на основі змінних виробничих витрат - простий директ - костинг;
- включення до собівартості всіх змінних витрат як виробничих, так і не виробничих (витрат періоду) - розвинутий директ – костинг.

Можна відмітити, що на українських підприємствах використовується простий директ - костинг, оскільки виділяється тільки змінна та постійна частини в загальновиробничих витратах і відсутнє це виокремлення у витратах періоду. В будь - якому випадку важливим і одночасно складним є вирішення завдання розподілу витрат на постійні та змінні. В роботі для виокремлення постійної частини в накладних витратах використовувався спрощений статистичний аналіз, який запропоновано д.е.н., академіком Чумаченком М. Г.

Безпосереднім свідченням ефективності застосування системи директ – костинг є можливість альтернативного погляду на собівартість, що дозволяє підприємству формувати на ринку “ціновий діапазон” на власну продукцію. Проведені розрахунки довели, що менеджери та власники можуть отримати зовсім протилежну інформацію стосовно доцільності випуску хліба формового, оскільки при калькулюванні з повним розподілом витрат виробництво нерентабельне (-2,5%), а при директ – костингу отримуємо рентабельність на рівні 19,8%.

Таким чином, в системі директ-костинг формується такий показник як маржинальна собівартість. Автором було доведено, що формування маржинальної собівартості дає змогу вирішити низку таких важливих питань для підприємства як: оптимізація прибутку і асортименту продукції, визначення ціни на нову продукцію. Крім того, даний показник є основою для розрахунку маржинального доходу, а той, в свою чергу, - точки беззбитковості.

Аналіз показників товарообігу ВАТ „Шахтарський хліб” за 2007 рік дозволяє зробити висновок, що відсоток покриття та відсоток фіксованих витрат в доході відмінні між собою і суми маржинального доходу буде недостатньо навіть для покриття постійних витрат, не кажучи про отримання прибутку.

Дослідження показали, що для беззбиткової діяльності необхідно забезпечити дохід, що дорівнює результату від ділення суми фіксованих витрат на відсоток покриття, що відповідає певному обсягу, який розрахований з використанням середньозваженого маржинального доходу. Оскільки хлібопекарське виробництво є багатоасортиментним, то виникає необхідність визначення пропорції асортиментних позицій, яка б забезпечувала визначений рівень беззбитковості. Для цього в роботі було використано комбінацію продажу, тобто питома вага кожного виробу в загальному обсязі реалізації.

Апробація методики управління діяльністю підприємства з урахуванням маржинальної собівартості знайшла своє відображення на ВАТ „Шахтарський хліб”, ТОВ „Голандський хліб”, ВАТ „Сніжнянський хлібокомбінат”. Що дало інструментарій для виявлення збиткових видів продукції та підґрунтя для прийняття рішення стосовно скорочення (розширення) асортиментних позицій.

В третьому розділі «Удосконалення методики управління собівартістю продукції на підприємствах хлібопекарської промисловості» розроблено методику розподілу складових загальновиробничих витрат пропорційно тривалості виробничого процесу; запропоновано методику розрахунку впливу собівартості продукції на асортиментну політику підприємств хлібопекарської промисловості; вдосконалено методику визначення рівня економічної безпеки підприємства з урахуванням операційного важеля.

В контексті цього розділу пропонується вирішення проблеми, яка пов’язана із розподілом загальновиробничих витрат, оскільки в більшій своїй частині вони є постійною величиною, а отже - значним резервом зниження собівартості. Виникнення вказаної проблеми пояснюється дією наступних факторів:

- по-перше, величину непрямих витрат неможливо точно оцінити в процесі виробництва конкретного виду продукції;
- по-друге, неможливо проконтролювати величину непрямих витрат, оскільки вони є багатоелементними, тому ці витрати характеризуються різною поведінкою під впливом різноманітних факторів;
- по-третє, не всі непрямі витрати виникають одночасно з процесом виробництва: одні передують йому, а інші виникають значно пізніше, інколи непрямі витрати існують навіть тоді, коли відсутні прямі витрати;
- по-четверте, розподіл таких комплексних витрат відбувається пропорційно визначеній базі розподілу і не є досконалим, оскільки не відображає логічного взаємозв’язку між базою розподілу та витратами. В цьому випадку є тільки одна база даних, згідно якої розподіл витрат не може здійснюватися точно. Розподіл загальновиробничих витрат на хлібокомбінатах здійснюється пропорційно обсягу виготовленої продукції, але це неправильний

підхід, оскільки більше витрат може бути віднесено на вироби, які не є витратомісткими. Таким чином, правильний, а точніше, оптимальний вибір бази (методу) розподілу – це головна проблема на підприємствах хлібопекарської галузі.

На основі проведеного аналізу існуючої методики розподілу загальновиробничих витрат в роботі було запропоновано розподіляти окремі складові елементи загальновиробничих витрат, використовуючи для кожного з них найоптимальнішу базу розподілу: обсяг виробництва, пряму заробітну плату, години праці робітників. Зрозуміло, що ця методика потребує досконалого вивчення складу таких витрат, але тут можна скористатися бухгалтерською інформацією.

Розподіл загальновиробничих витрат повинен носити причинно – наслідковий характер. Окрім баз розподілу, які зазначені в Методичних рекомендаціях з формування собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості, було запропоновано використовувати такий фактор, як тривалість виробничого процесу за виробами. Ця величина теж є точною, оскільки визначена рецептурою.

Фактор тривалості виробничого процесу може бути базою для розподілу таких структурних елементів як: поточний ремонт, амортизація, витрати на утримання будівель та споруд, оскільки кожний із них знаходиться в прямій залежності до тривалості виробничого процесу: чим довше виріб знаходиться в процесі виробництва, тим більша сума цих витрат списується на його собівартість. Результати розрахунків за даною методикою вказують на значні розбіжності між отриманими розрахунковими та бухгалтерськими даними підприємства: за деякими видами виробів собівартість значно завищена, а собівартість інших – недооцінена. Такі розбіжності впливають як на визначення фінансового результату взагалі, так і рентабельність хлібопекарських виробів зокрема.

Хлібопекарське виробництво є багатоасортиментним, тому добре продумана асортиментна політика – це гарантія створення на підприємстві оптимальної асортиментної моделі, тобто такої структури хлібопекарських виробів, яка здатна гнучко реагувати на зміни в діяльності підприємства тим самим забезпечуючи його прибутковість та збереження позицій на ринку.

Автором була запропонована підприємствам хлібопекарської промисловості методика розрахунку впливу собівартості продукції на асортиментну політику, яка дасть можливість оптимізувати випуск самоокупної продукції і може бути використана як в практиці кризових, так і успішно працюючих підприємств. Суттєвою перевагою вказаної методики є також можливість проаналізувати витрати на весь асортимент підприємства в цілому, використовуючи при цьому стратегічний підхід.

Маркетингові рішення щодо товарного асортименту приймаються за окремими виробами на основі таких параметрів: собівартість одиниці (розрахована за змінними витратами), ціна реалізації, обсяг продажу (кількість проданих одиниць). Використання зазначених параметрів в матриці дає можливість автору виділити шість асортиментних позицій:

1) успішно продаються та характеризуються стабільним попитом – самоокупна продукція. Якщо попит на ці види продукції знизиться, то підтримати рівень виручки та прибутку буде нічим;

2) відрізняються значною рентабельністю, але мають обмежений попит;

3) приносять значну суму прибутку, але знаходяться не на стадії росту, а на стадії зрілості. У таких виробів велика кількість конкурентів, тому й рентабельність нижча, ніж у попередніх, якщо не здійснювати контроль над собівартістю цих виробів, то вони з часом переходять в четверту позицію;

4) поглинають великий обсяг ресурсів, але не приносять відповідної віддачі. Такі виробничі процеси необхідно або знімати з виробництва, або вкласти кошти у вдосконалення їх виробництва;

5) не приносять великих прибутків, але й не виробляються у великих обсягах – виробничі супутники;

6) володіють незначним резервом рентабельності, але не приносять значної виручки і валової маржі.

Результати наукового дослідження з використання методичних підходів до розрахунку впливу собівартості продукції на асортимент пройшли апробацію на підприємствах ВАТ «Шахтарський хліб» та ТОВ «Голландський хліб». Відповідно, уважно проаналізувавши стан кожного виробу в запропонованій матриці, керівництво підприємства може прийняти рішення про додаткове виробництво або зниження обсягу стосовно кожного виду виробу, про перспективність поточних вкладень коштів в окремі асортиментні позиції. Використовуючи програмне забезпечення Borland Delphi 6, вказана методика може бути використана в практичній діяльності будь-якого підприємства хлібопекарської промисловості.

Як зазначалося, в даний час багато українських підприємств хлібопекарської галузі, працюючи в нестабільному економічному середовищі, є збитковими, переживають глибокий спад виробництва і знаходяться в критичному стані або на грані банкрутства. Тому цілком зрозуміло, що однією з проблем для підприємства є своєчасне виявлення перших симптомів його економічної небезпеки. Автором обґрунтована можливість використання показника операційного (виробничого) важеля для оперативного визначення критичного стану, оскільки саме цей показник виражає взаємозв'язок між обсягом виробництва, постійними і змінними витратами в повній собівартості та прибутком: чим вищі постійні витрати, тим вищий рівень виробничого важеля, а отже, і ступінь підприємницького ризику..

Підприємства з відносно високим ефектом операційного важеля розглядаються як ризиковані, оскільки характеризуються менш стійким фінансовим станом, а це реальна загроза (ризик) для них. Оскільки дія операційного важеля більш очевидна у короткостроковому періоді (місяць, максимум квартал), доки спостерігається майже незмінна структура витрат у собівартості і ціна, то систематичний його розрахунок може бути дієвим механізмом прогнозування прихованої економічної небезпеки для хлібопекарських підприємств.

В цьому контексті управління собівартістю повинне здійснюватися шляхом впливу як на її змінну частину, так і на постійну. При управлінні постійною частиною слід мати на увазі, що високий їх рівень значною мірою пояснюється галузевими особливостями здійснення операційної діяльності, які визначають різний рівень фондомісткості продукції, автоматизації праці. Постійні витрати одним фактором наявності викликають непропорційно більш високу зміну суми прибутку за умови будь-якої зміни обсягів реалізації продукції незалежно від розмірів підприємства, його галузевих особливостей.

Автором встановлено, що при управлінні змінною частиною собівартості головним орієнтиром повинно бути забезпечення постійної їх економії, оскільки між сумою таких витрат і обсягом виробництва існує пряма залежність. До основних резервів економії змінної частини собівартості належать: зменшення чисельності робітників основного та допоміжного виробництв за рахунок забезпечення зростання продуктивності праці, забезпечення вигідних для підприємства умов постачання борошна та іншої сировини.

ВИСНОВКИ

1. Необхідність управління собівартістю продукції на підприємствах хлібопекарської промисловості обумовлена значним адміністративним втручанням в процес ціноутворення, оскільки галузь виконує соціально-стратегічну функцію. Стимування цін на продукцію поряд з витратним механізмом їх формування призводить до складних економічних умов функціонування, в яких опиняються підприємства хлібопекарської промисловості. Виникає ситуація непропорційної залежності між динамікою цін на вироби та їх собівартістю. В більш виграшному становищі знаходяться саме ті підприємства, які в процесі управління собівартістю продукції, знайшли внутрішні можливості її зниження через калькулювання, облік, аналіз та вибір більш рентабельних асортиментних позицій.

2. На підставі проведеного аналізу існуючих підходів з проблем управління собівартістю продукції на підприємствах хлібопекарської промисловості поняття виробничої собівартості визначено як вартісна оцінка використаних в процесі виробництва прямих витрат, а також частини загальновиробничих витрат, списання яких здійснюється згідно з обліковою політикою, яка прийнята на підприємстві. Управління собівартістю продукції, визначене автором, як процес, який спрямований на формування максимально точного значення показника собівартості продукції через планування, нормування, облік з метою визначення можливостей його зниження через аналіз та моніторинг.

3. Аналіз літературних джерел із зазначеної проблеми вказав на недосконалість складових процесу управління собівартістю продукції. Нами запропоновано розширити існуючі елементи системи управління собівартістю продукції такими елементами: калькулювання на стадії прогнозування та стимулюванням діяльності працівників за виконання своїх обов'язків, що

дозволить підприємствам хлібопекарської промисловості виявити внутрішньовиробничі резерви, усунути нераціональне використання ресурсів.

4. На сучасному етапі фінансово-господарська діяльність багатьох підприємств хлібопекарської промисловості залишається збитковою. В даному випадку підприємствам потрібна така система управління, яка б була заснована на управлінні собівартістю, оскільки собівартість продукції і прибуток знаходяться у зворотній залежності.

Підвищення ролі та значення показника собівартості в управлінні виробництвом, в оцінці діяльності та стимулюванні колективів підприємств викликає необхідність класифікації цього показника в плануванні та обліку за багатьма характерними ознаками. З метою більш ефективного відображення та досконалого формування показника собівартості були запропоновані додаткові класифікаційні характеристики: тривалість періоду, об'єкти розрахунку, калькуляційна одиниця.

5. На сьогодні перед калькулюванням стоїть завдання не просто забезпечити визначення фактичної собівартості, а розрахувати таку собівартість, яка в сучасних умовах роботи підприємства на ринку могла б забезпечити йому певний прибуток. В цьому розрізі розглядається калькулювання собівартості в системі директ – костинг, результатом якого є отримання маржинальної собівартості. Саме маржинальна собівартість, яка є результатом калькулювання за системою директ-костинг, дозволяє розраховувати точку беззбитковості, яка, в свою чергу, є ефективним засобом прийняття управлінських рішень стосовно цін, обсягів виробництва і реалізації, асортименту та рентабельності.

Акцентуючи увагу на формах залежності витрат від обсягу виробництва чи завантаження виробничих потужностей, дана система калькулювання руйнує традиційні для вітчизняного калькулювання уявлення про те, що в основі ціни неодмінно повинна лежати повна собівартість продукції; забезпечує отримання інформації, яка дозволяє швидко переорієнтувати виробництво у відповідь на зміни умов ринку.

6. При калькулюванні виробничої собівартості, цей процес нагадує простий директ-костинг, в її склад включаються загальновиробничі витрати. Вони займають значну долю в собівартості продукції підприємств хлібопекарської промисловості: від 6% до 20%. Вказані витрати включаються до собівартості виробів за допомогою розподілу пропорційно обраного критерію. Вибираючи критерій, необхідно пам'ятати, що склад цих витрат досить різноманітний, тому база розподілу обов'язково повинна вказувати на зв'язок між загальновиробничими витратами і причинами, що впливають на них. В роботі було запропоновано застосування баз розподілу для кожного окремого елемента загальновиробничих витрат.

7. До аналізу і вибору критерію розподілу витрат потрібно підходити творчо, тому що доцільність вибору показника впливає на точність розподілу загальновиробничих витрат, відповідно, й на розрахунок собівартості окремого виду продукції. Крім баз розподілу, які зазначені в Методичних рекомендаціях з формування собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості, нами

запропоновано використовувати такий фактор, як тривалість виробничого процесу за виробами, яка визначається рецептурою.

8. Для підприємств хлібопекарської промисловості, які пропонують широкий асортимент продукції, точне обчислення собівартості є вкрай необхідним, оскільки є основою вибору компромісного рішення між привабливістю різноманіття асортименту на ринку і собівартістю продукції. Тому на перший план постає проблема пошуку оптимальних асортиментних позицій, які б сприяли максимізації прибутку, збереженню бажаного прибутку в довгостроковому періоді. В цьому контексті була розроблена методика визначення асортименту під впливом таких параметрів як: собівартість одиниці, ціна реалізації, обсяг продажу. Запропонована методика дозволяє виробляти й реалізовувати швидко, дешево, якісно, продавати в достатній кількості та отримувати прибуток, тобто досягнути конкурентоспроможності як продукції, так і підприємства в цілому.

9. В структурі собівартості продукції є як постійна частина, так і змінна. При цьому постійна обмежує маневреність підприємства, оскільки не може бути швидко змінена в залежності від обсягу випуску, і, як наслідок, збільшує ризик підприємства. Нами запропоновано використати такий показник, який пов'язує динаміку скорочення прибутку із динамікою зміни обсягу виробництва та зміни структури собівартості, – це показник операційного важеля. Саме цей показник може використовуватися як попереджуючий сигнал для оперативного прогнозування погіршення фінансового стану підприємства, оскільки акумулює в собі всі основні показники діяльності підприємства: собівартість продукції, обсяг реалізації продукції та прибуток.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті в наукових фахових виданнях

1. Христофорова І.В. Розвиток підприємств харчової промисловості на Україні / І.В. Христофорова // Економіка і управління. – 2005. – № 2. – С. 32–36 [0,28 д.а.].

2. Христофорова І.В. Теоретичні основи управління собівартістю на підприємствах харчової промисловості / І.В. Христофорова // Економіка: проблеми теорії та практики : Зб. наук. праць. – 2005. – Т. 3, № 207. – С. 786–791 [0,31 д.а.].

3. Христофорова І.В. Розвиток підприємств харчової промисловості Донецького регіону та їх інноваційно – інвестиційна діяльність / І.В. Христофорова // Економіка: проблеми теорії та практики : Зб. наук. праць. – 2006. – Т. 4, № 211. – С. 1221–1226 [0,24 д.а.].

4. Христофорова І.В. Використання маржинального підходу в управлінні підприємством / І.В. Христофорова // Економіка і регіон. Науковий вісник Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка. – 2006. – № 3 (10). – С. 81–84 [0,33 д.а.].

5. Христофорова І.В. Вплив калькулювання собівартості з повним розподілом витрат на результат діяльності підприємства / І.В. Христофорова //

Вісник Хмельницького національного університету. – 2006. – № 6. – С. 159–162 [0,34 д.а.].

6. Христофорова І.В. Управління собівартістю через загальновиробничі витрати на підприємствах харчової промисловості / І.В. Христофорова // Економіка: проблеми теорії та практики : Зб. наук. праць. – 2006. – Т. 3, № 220. – С. 858–864 [0,37 д.а.].

7. Христофорова І.В. Вплив собівартості продукції на асортиментну політику підприємств харчової промисловості / І.В. Христофорова // Економіка: проблеми теорії та практики : Зб. наук. праць. – 2006. – Т. 2, № 221. – С. 360–367 [0,35 д.а.].

8. Христофорова І.В. Оцінка найпоширеніших методів визначення економічної небезпеки підприємств / І.В. Христофорова // Економіка і регіон. Науковий вісник Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка. – 2007. – № 3 (14). – С. 58–61 [0,38 д.а.].

Матеріали і тези наукових конференцій

9. Христофорова І.В. Теорія собівартості та калькуляції в роботах вітчизняних вчених ХХ століття / І.В. Христофорова // Сучасні проблеми фінансово-господарського контролю : Перша Всеукр. наук.-практ. конф., 30 берез. 2005 р. : тези доп. – Кривий Ріг, 2005. – С. 347–349 [0,11 д.а.].

10. Христофорова І.В. Управлінський облік як засіб виробництва інформації для управління витратами / І.В. Христофорова // Наука і освіта 2005: VIII Міжнар. наук.-практ. конф., 7-21 лютого 2005 р. : тези доп. – Дніпропетровськ, 2005. – Т. 83. – С. 48–50 [0,11 д.а.].

11. Христофорова І.В. Зниження собівартості як конкурентна перевага на підприємствах харчової промисловості / І.В. Христофорова // Стратегії розвитку України в глобальній середі : междунар. науч.-практ. конф., 26-28 окт. 2007 р. : тези доп. – Симферополь, 2007. – Т. 1. – С. 54–55 [0,11 д.а.].

12. Христофорова І.В. Обґрунтування необхідності управління собівартістю продукції / І.В. Христофорова // Проблеми удосконалення форм і методів навчання. Нові технології навчання : наук.-метод. конф., 17-19 трав. 2007 р. : тези доп. – Донецьк, 2007. – С. 68–69 [0,1 д.а.].

13. Христофорова І.В. Управління собівартістю продукції як передумова ефективної діяльності підприємства / І.В. Христофорова // Сучасність, наука, час. Взаємодія та взаємовплив : Третя Всеукр. наук.-практ. конф., 22-24 лист. 2007 р. : тези доп. – Київ, 2007. – С. 73–75 [0,12 д.а.].

АНОТАЦІЯ

Христофорова І.В. Управління собівартістю продукції на підприємствах хлібопекарської промисловості. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами. – Національний університет харчових технологій, Київ, 2009.

Дисертація присвячена дослідженню основних теоретичних та практичних основ формування собівартості продукції та процесу управління

нею на підприємствах хлібопекарської промисловості Донецького регіону. На основі статистичних даних була обґрунтована необхідність вдосконалення процесу управління цим показником саме на підприємствах вказаної галузі.

Розглянуто особливості формування різних видів собівартості та склад витрат, які включаються до їх складу. Оцінено використання в практиці калькулювання собівартості продукції систем абсорпшен-костинг та директ-костинг, визначені їх відмінні риси та перспективи використання в управлінні.

Доведена практична значимість показника маржинальної собівартості в управлінні підприємством. На її основі розрахована точка беззбитковості, визначено вплив скорочення асортименту на результат діяльності підприємства та проведено ABC - аналіз.

В роботі пропонується методика розподілу загальновиробничих витрат на собівартість окремих виробів з використанням поелементного розподілу їх складових, при цьому однією з баз розподілу рекомендовано використовувати тривалість виробничого процесу. Крім того, запропоновано методику розрахунку впливу собівартості продукції на асортиментну політику підприємства.

З метою ефективного управління підприємством рекомендовано використовувати показник операційного (виробничого) важеля для оперативного визначення наближення кризового стану на підприємстві.

Ключові слова: собівартість продукції, процес управління собівартістю, калькулювання, система абсорпшен-костинг, система директ-костинг, точка беззбитковості, маржинальна собівартість, маржинальний доход, загальновиробничі витрати, показник виробничого важеля.

АННОТАЦІЯ

Христофорова І.В. Управление себестоимостью продукции на предприятиях хлебопекарной промышленности. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.04 – экономика и управление предприятиями.- Национальный университет пищевых технологий, Киев, 2009.

Диссертация посвящена исследованию основных теоретических и практических основ формирования себестоимости продукции и процессу управления ею на предприятиях хлебопекарной промышленности Донецкого региона. На основании статистических данных структурных элементов себестоимости продукции была обоснована необходимость усовершенствования процесса управления этим показателем именно на предприятиях данной отрасли.

Исследованы методические аспекты по формированию себестоимости продукции как в работах зарубежных, так и украинских ученых XIX-XXI вв.

Изучена сущность процесса управления себестоимостью продукции на современном этапе и выявлены недостатки в последовательности процедур его осуществления. Автором предложено свое видение процесса управления себестоимостью как процесса, который нацелен на формирование максимально

точного значения показателя себестоимости продукции посредством планирования, нормирования, учета с целью определения возможностей его снижения через анализ и мониторинг.

Рассмотрены особенности формирования разных видов себестоимости и состав расходов, которые включаются в их состав. Проведенный анализ П(С)БУ 16 «Затраты» указал на отсутствие такого показателя как полная себестоимость. В этом контексте автором была доказана необходимость ее формирования и использования.

Особое внимание в работе уделено калькулированию как основному элементу в управлении себестоимостью. Оценено использование в практике калькулирования себестоимости продукции систем абсорпшен-костинг и директ-костинг, определены их отличительные особенности и перспективы использования в управлении себестоимостью.

Доказана практическая значимость показателя маржинальной себестоимости в управлении предприятием. На ее основе рассчитана точка безубыточности, определено влияние сокращения ассортимента на результат деятельности предприятия и проведен АВС- анализ маржинального дохода. Данный анализ дал возможность выделить ассортиментные позиции (А-группа), которые обеспечивают получение предприятием 80% маржинального дохода, соответственно, максимально выполняют функцию покрытия постоянных затрат.

В работе предлагается методика распределения общепроизводственных расходов на себестоимость отдельных изделий с использованием поэлементного распределения их составляющих. Это позволит формировать максимально точный показатель производственной себестоимости, поскольку удельный вес данных расходов в себестоимости значителен. При этом, кроме баз распределения, которые предлагаются Методическими рекомендациями по формированию себестоимости продукции (работ, услуг) в промышленности, рекомендуется использовать длительность производственного процесса.

Кроме того, предложена методика расчета влияния себестоимости продукции на ассортиментную политику предприятия, которая позволит решить проблему поиска оптимальных, с точки зрения прибыльности, ассортиментных позиций.

С целью эффективного управления предприятием в работе предлагается использовать показатель операционного (производственного) рычага для оперативного определения момента приближения кризисного состояния на предприятии. Именно этот показатель связывает между собой динамику сокращения прибыли, изменение объема производства и структуры себестоимости.

Ключевые слова: себестоимость продукции, процесс управления себестоимостью, калькулирование, точка безубыточности, маржинальная себестоимость, маржинальный доход, общепроизводственные расходы, показатель производственного рычага.

ANNOTATION

Khrystoforova I.V. Production price management on enterprises of the baking industry. – Manuscript.

The dissertation for obtaining the academic degree of candidate of economic science according to the speciality 08.00.04 – economics and plant management. – National University of Food Technology, Kyiv, 2009.

The dissertation is devoted to the research of principal theoretical and practical bases of the formation of production price and of the process of its management at the enterprises of baking industry of Donetsk region. On the basis of the statistical data, the necessity to upgrade the process of management of this index was grounded on the enterprises of the mentioned field.

The peculiarities of formation of different kinds of cost price and structure of spendings, which are included in their structure, are examined. The use of calculation of the production price of systems of absorption-costing and direct-costing in practice is assessed; their distinguishing characteristics and perspectives of the usage in management are defined.

Practical significance of the index of marginal cost price in the process of enterprise management is proved. On its basis the point of make-out is calculated, the influence of the cut of assortment on results of functioning of enterprise is defined, the analysis ABC is held.

In the paper the methodology of distribution of general production spendings on the cost price of separate product with the usage of single-item distribution of their components is proposed, meanwhile the duration of the working process as one of the basis of distribution is recommended to use. A part from this, the methodology of calculating of the influence of production price on the politics of assortment of enterprise is proposed.

For the purpose of effective enterprise management it is recommended to use the index of operational (industrial) lever for identification of crisis approaching the enterprise.

Key words: production price, the process of cost price management, calculation, absorption-costing system, direct-costing system, break-even point, marginal cost price, marginal income, general production spendings, index of the industrial lever.