

І.Б. Чернікова, канд. екон. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)

Г.С. Чернікова (ХДУХТ, Харків)

М.В. Кириленко (ХДУХТ, Харків)

МЕТОДИ ЦІЛЕСПРЯМОВАНОГО (ПРОАКТИВНОГО) ФОРМУВАННЯ СОБІВАРТОСТІ В ОБЛІКОВІЙ СТРАТЕГІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ

Соціально-економічні зміни у суспільстві, прогресивні зрушення у науці та впровадження її результатів у практичну діяльність є підґрунтям для розвитку та реалізації облікових стратегій управління витратами у якісній інформаційній оболонці програмованого менеджменту суб'єктів вітчизняного підприємництва. Стратегічне управління витратами за умов кризових явищ в економіці є головною складовою кожної з фінансово-економічних підмоделей, що обумовлено впливом витрат на кінцевий результат діяльності-успіх, а відповідно, на конкурентну позицію ринкових суб'єктів [1].

Досліджено,- суттєві прорахунки у сфері менеджменту витрат формують необхідність пошуку проактивних способів та прийомів управління для забезпечення досвідченого акумулювання та розміщення капіталу, цільового розподілу ресурсів, запобігання необґрунтованого зростання витрат, покращення ситуації з платоспроможністю, позитивного впливу на структуру балансу.

З огляду на нестабільність існування ринкового середовища, де очікування споживачів змінюються, конкурентоспроможність потребує постійної підтримки, в тому числі через регулювання вартості продукту, виробники в багатьох галузях не можуть далі продавати величезні партії стандартних виробів, покладаючись на відносно стабільні ринки і технології.

Тому, для успішного існування ринкових структур у конкурентному просторі умов невизначеності, вважаємо за доцільне, в програмованому менеджменті використовувати систему управління витратами за цільовою собівартістю – таргет-костинг (target costing). Її завдання орієнтовано на ринкові умови – зниження витрат (планування яких починається ще до проектування виробу) при створенні нових продуктів з метою досягнення запланованого рівня прибутку.

Отже, система «таргет-костинг» являє цілісну концепцію управління витратами, що сприяє зниженню витрат за здійсненням: по-перше, планування виробництва нових рентабельних продуктів; по-

друге, превентивного контролю витрат; по-третє, розрахунку цільової собівартості, що відповідає вимогам ринку.

В системі «таргет-костинг», на відміну від традиційно визначеної ціни як суми собівартості та прибутку, цільова собівартість визначається в залежності від уже заданої ринком ціни:

Ціна – Прибуток = Цільова собівартість.

Це означає, що при плануванні собівартості в якості цільового показника задаються жорсткі рамки, з яких не можна виходити для отримання необхідного прибутку. Попередньо встановлена ціна на продукт виступає прогнозованою ринковою ціною, конкурентоспроможною в поточних умовах сьогодення. Розраховуючи максимально допустиму собівартість, важливо також акцентувати увагу на правильному визначенні бажаного розміру прибутку. Інакше кажучи, таргет-костинг передбачає досягнення такої цільової собівартості виготовленої продукції, яка не тільки за ринковою ціною дозволить виробничому бізнесу отримати жаданий прибуток, а й повинна задовольняти вимогам ринку за якістю, умовами поставки, відповідати прийнятим стандартам обслуговування і т.і.

В ході науково – практичного дослідження даної тематичної спрямованості встановлено, що в системі «таргет-костинг» значну роль відіграють дрібні, але регулярні поліпшення (всі працівники в рамках своїх щоденних обов'язків їх здатні здійснювати), які створюють кумулятивний ефект, що пояснюється неможливістю спочатку передбачити всі резерви економії у виробництві в рамках стратегічного планування. Виявлено, що незважаючи на скромний масштаб результатів цих поліпшень, разом вони призводять до істотної економії і підвищення якості.

У зв'язку з зазначеним, для подальшого розвитку в нашій державі бізнесу з успішним існуванням на міжнародному ринку, пропонуємо звернути увагу на застосування в вітчизняних суб'єктах з ринковим механізмом господарювання Кайдзен – підходу, що являє ключ до успіху та передбачає постійне, поступове вдосконалення всіх процесів на виробництві, в правлінні, збуті і т.і., шляхом збору імплементарних пропозицій, які забезпечують виконання зобов'язань щодо постійного поліпшення загальних продуктів і процесів для досягнення, в кінцевому підсумку, цільової собівартості кожного продукту, що випускається, сприяючи зниженню витрат.

В обліковій стратегії програмованого менеджменту поряд з Кайдзен – концепцією, існує поняття «кайдзен-костинг», що представляє забезпечення необхідного рівня собівартості продукції, яка вже випускається та пошук можливостей постійного і поступового «маленькими кроками» зниження витрат. [2, ст. 153]

Як свідчить практика, система «кайдзен-костинг» - найважливіший і необхідний елемент японського автентичного підходу до управління витратами, котрий дає позитивні результати в поєднанні з таргет-костинг.

Порівняльний аналіз двох методів цілеспрямованого (проактивного) формування собівартості в обліковій стратегії програмованого менеджменту дозволяє зробити висновок, що і таргет-, і кайдзен-костинг вирішують однакову задачу, проте на різних стадіях життєвого циклу продукту та різними методами. Обидві концепції призначені для зниження рівня окремих статей витрат і собівартості кінцевого продукту в цілому до деякого цільового рівня, однак таргет-костинг діє на початку життєвого циклу продукту (при його розробці), а кайдзен-костинг – вже на стадії серійного виробництва. Поєднання цих двох систем забезпечує бізнесу цінну конкурентну перевагу – низьку собівартість і «свободу маневру» на ринку.

Таким чином, методи таргет-костинг і кайдзен-костинг, доповнюючи один одного, є ефективними інструментами системи стратегічного управління витратами, яке полягає у цілеспрямованому впливові на витрати для зміни їхнього складу, структури або поведінки у зв'язку зі зміною умов виробничо-господарської діяльності ринкових суб'єктів. Методи калькулювання життєвого циклу продукції дозволяють створити механізм послідовного і цілеспрямованого управління процесом цільової собівартості продукції, розширюючи межі традиційних підходів до стратегічного управління витратами, адже дають можливість оцінювати та визначати витрати на всіх етапах існування виробу, що дозволяє у процесі виробництва знижувати їх до необхідного рівня для досягнення успіху.

Інформаційні джерела:

1. Навчальні матеріали онлайн [Електронний ресурс] // Режим доступу: https://pidruchniki.com/80518/ekonomika/sistema_metodiv_menedzhmentu_organizatsiyniy_ekonomichniy_sotsialnopsihologichniy_mehanizmi_upravlinnya
2. Проданчук М.А. Таргет-костінг та кайдзен-костінг як інструменти оптимізації витрат у системі стратегічного управління [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://econjournal.vsau.org/files/pdfa/768.pdf>