

О.В. Топоркова, канд. екон. наук, доц (*ХДУХТ, Харків*)
М.О. Льченко, асист. (*ХДУХТ, Харків*)

ПРОБЛЕМИ АДАПТАЦІЇ СИСТЕМ «ДИРЕКТ-КОСТИНГ» І «АБСОРПШІОН-КОСТИНГ» ДО ВІТЧИЗНЯНОЇ ПРАКТИКИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Враховуючи специфіку роботи підприємств ресторанного господарства, механізм формування собівартості продукції має ряд завдань, основними з яких є не лише оцінка та розрахунок фінансових результатів, але й контроль за господарським процесом, управління витратами на їх здійснення.

Сутність системи "директ-костінг" полягає в принципово новому підході до включення витрат у собівартість продукції. Вони поділяються на постійні, тобто не залежать від обсягу випуску продукції, до яких відносяться амортизаційні відрахування, зарплата управлінського персоналу, деякі види місцевих податків, і змінні, що змінюються в прямого зв'язку із змінами обсягу випуску, наприклад, витрати на сировину, комплектуючі тощо. При застосуванні методу "директ-костінг" тільки змінні витрати включають у собівартість одиниці виробу. Для її визначення суму змінних витрат ділять на кількість виробленої продукції. Постійні витрати в даному методі взагалі не включають у розрахунок собівартості виробів, а як витрати даного періоду списують з отриманого прибутку протягом того періоду, в якому вони виникли.

Існує безліч думок про правомірність такого неповного включення витрат у собівартість. Основним аргументом проти цього висувають думку про те, що постійні витрати також беруть участь у процесі створення продукції. Простіше кажучи, без приміщення і обладнання неможливо нічого виготовити, а значить вони теж створюють собівартість нарівні з робочою силою та іншими змінними витратами. Але оскільки постійні витрати по-різному беруть участь в створенні собівартості різного обсягу однієї і тієї ж продукції, то чим більше обсяг виробництва на підприємствах ресторанного господарства, тим менша частка постійних витрат на одиницю виробленої продукції та наданих послуг. Розрахувати реальну участь постійних витрат у створенні собівартості практично неможливо, тому їх вартість просто списують з отриманого підприємством прибутку.

Величина маржинального прибутку (суми покриття) необхідна для визначення того, чи вистачить доходів для покриття постійних

витрат. У разі, якщо маржинальний прибуток більше постійних витрат, утворюється чистий прибуток, менше - підприємство працює у збиток. Відповідно до методу "Директ-костинг" найбільш точна калькуляція виробу не та, котра найбільш повно після численних розрахунків і розподілів включає в себе всі види витрат підприємства ресторанного господарства, а та, у яку включені тільки витрати, безпосередньо пов'язані з випуском даної продукції та наданням послуг. Застосовуючи систему "директ-костинг", можна оперативно вивчати взаємозв'язки між обсягом виробництва і витратами (собівартістю, виручкою, прибутком, маржинальним доходом). Цей взаємозв'язок можна вивчати як графічно, так і аналітично. Будується графік точки критичного обсягу виробництва, тобто такого його обсягу, при якому виручка від реалізації продукції дорівнює її повної собівартості. Система "директ-костинг" загострює увагу керівництва підприємства ресторанного господарства на зміні маржинального прибутку по підприємству в цілому і по різних його підрозділах. Даний метод дозволяє враховувати вироби з великою рентабельністю, щоб переходити в основному на їхній випуск, тому що різниця між продажною ціною і сумою змінних витрат не затушовується в результаті списання постійних непрямих витрат на собівартість конкретних виробів.

Наприклад, застосовуючи даний метод, можна розраховувати як повну, так і "усічену" собівартість замовлення, а попередельное калькулювання здійснювати з використанням інформації про фактичні і нормативні витрати. Можливий також синтез двох облікових методів "директ-костинг" з "стандарт-костом", наслідком якого є варіант під назвою "директ-стандарт".

Кожен з розглянутих нами підходів володіє своїми перевагами і недоліками по складності, вартості впровадження, точності результатів і підприємство робить вибір методу самостійно у відповідності з цілями управління підприємством. У всьому різноманітті методів калькулювання собівартості проблема розподілу непрямих витрат між калькуляційними одиницями залишається однією з центральних.

Таким чином, нами було розглянуто два методи розрахунку собівартості продукції, які тією чи іншою мірою набули поширення на вітчизняних підприємствах ресторанного господарства та відіграють важливу роль в практиці управлінського обліку та прийнятті зважених управлінських рішень.