

Г.В. Східницька, канд. екон. наук, доц. (ЛНАУ, м. Львів)

Н.М. Савчин, студ. (ЛНАУ, м. Львів)

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Управління витратами є основою підтримання конкурентоспроможності підприємства. Тому надзвичайно важливо, щоб цей процес організовувався такими спеціалістами, які добре знають потреби споживачів продукції сільськогосподарських підприємств, можливості конкурентів і спроможні приймати правильні рішення тактичного й стратегічного характеру на основі використання можливостей сучасного маркетингу.

В оцінці необхідності вдосконалення управління витратами у діяльності сільськогосподарських підприємств спостерігаємо ретроспективний підхід, який унеможлиблює оперативне реагування на певну економічну ситуацію в момент її виникнення та прийняття адекватних управлінських. На відміну від вітчизняної, в міжнародній економічній практиці розроблені та широко застосовуються методи оперативного накопичення, обробки і використання економічної інформації щодо управління витратами та собівартістю продукції. Однак, багато питань, пов'язаних з удосконаленням процесу управління витратами та прийняття рішень щодо їх оптимізації, залишилися невіршеними і є сьогодні актуальними.

Вдосконалення системи управління витратами в сільськогосподарських підприємствах повинно орієнтуватися насамперед на застосування важелів скорочення непрямих виробничих затрат. Воно передбачає оцінку маржинальної рентабельності та ефективності дії чинних норм і нормативів, діагностику витрат сільськогосподарського підприємства та відхилення їх значень від запланованих, використання методів фінансового планування в господарській діяльності підприємств, а також сприяння створенню стимулів для скорочення обсягів непрямих затрат виробництва.

Система управління витратами має комплексний характер. Використання матеріальних, земельних, фінансових, інформаційних, енергетичних, трудових та інших видів ресурсів повинно чітко регламентуватися технологічними картами для галузей рослинництва і тваринництва, на основі яких повинні розроблятися нормативи витрат ресурсів. Тільки за органічної єдності всіх чотирьох функцій

менеджменту – планування, організації, мотивування та контролювання – можна досягти цілей системи управління витратами в сільськогосподарських підприємствах.

Дієвим інструментом вдосконалення управління підприємством в сучасних умовах є впровадження в практику принципів маркетингового управління. Організація спеціалізованої служби маркетингу вимагає значних коштів, однак вони окупують себе завдяки налагодженню ефективніших каналів збуту продукції, поліпшенню процесу товаропросування. У процесі організації спеціалізованої маркетингової служби сільськогосподарського підприємства чи відділу кооперативного об'єднання слід враховувати необхідність функціонування чотирьох типів маркетингу: функціонального, ринкового, товарного, територіального.

Процес діяльності охоплює п'ять етапів. Першим етапом повинно стати вивчення ринку сільськогосподарської продукції, яку виробляє підприємство, виділення в процесі його сегментації основних для підприємства галузей, оцінювання можливостей стимулювання збуту і здешевлення товаропросування тощо. Другий етап – формування самої системи маркетингового управління, а третім етапом є вдосконалення виробничого процесу, корекція технологій виробництва продукції рослинництва і тваринництва з тим, щоб вони відповідали вимогам її споживачів. На четвертому етапі підприємства повинні оцінити свої шанси в конкурентній боротьбі з іншими виробниками продукції та вибрати оптимальну стратегію розвитку, спрямовану на підвищення рівня конкурентоспроможності, зокрема, ґрунтованого на покращенні фінансово-економічних результатів діяльності. На п'ятому етапі проводиться організаційна робота з реалізації економічних інтересів на ринках конкретних видів сільськогосподарської продукції.

Отже, впровадження маркетингового підходу в сільськогосподарських підприємствах необхідне в усіх їх організаційно-правових формах – господарських товариствах, сільськогосподарських виробничих кооперативах, приватних підприємствах тощо. Їм необхідно використати досвід, нагромаджений відділами маркетингу підприємств інших сфер АПК. Формування гнучкого процесу управління витратами в сільськогосподарських підприємствах забезпечує зниження собівартості продукції, що поряд із реалізацією зусиль, спрямованих на підвищення цін реалізації, обов'язково призведе до нарощування основного фінансово-економічного результату їх функціонування – прибутку. Досягнення цілей розвитку підприємств можливе лише на основі підвищення ефективності виробництва.