

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ КОНЦЕПЦІЇ ТАРГЕТ-КОСТИНГУ

Г.Б. Свінарьова, к.е.н., доцент

Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса

Важливою складовою розвитку вітчизняної економіки в умовах сьогодення є наявність жорсткої конкуренції між виробниками продукції, яка спонукає суб'єктів господарювання здійснювати безперервний пошук сучасних та ефективних шляхів підвищення прибутковості українських виробників. В умовах спаду платоспроможності вітчизняних споживачів, одним із важливіших факторів, який на пряму впливає на стабільне функціонування на ринку та прибутковість – виступає можливість продажу продукції вітчизняних виробників дешевше, ніж у їх конкурентів без погіршення якості продукції. Але необгрунтоване зниження цін на продукцію може призвести до збитковості підприємства та втрати його конкурентних переваг на ринку, тому виникає потреба в удосконаленні підходів щодо обліку та калькулювання витрат на продукцію, які здатні оптимізувати собівартість продукції виробників. Для реалізації наведених намірів потрібно, в першу чергу, створити ефективну систему управлінського обліку, яка дасть можливість формувати, систематизувати, обліковувати та аналізувати інформацією про витрати та доходи підприємства.

Сучасна система управлінського обліку дозволяє використовувати в практиці підприємств достатню кількість традиційних способів калькулювання собівартості продукції, таких як: облік повних виробничих витрат, позамовний, попроцесний, директ-костинг, стандарт-костинг, метод АВС (Activity-Based Costing). Проте вищезазначені традиційні методи калькулювання собівартості продукції при їх використанні враховують тільки внутрішнє середовище та фактори, які його характеризують без розглядання та врахування зовнішніх – ринкових факторів функціонування підприємства. Тому, в сучасних умовах господарювання, ми пропонуємо сформувати систему управлінського обліку, яка охоплює як витрати, так і доходи виробника, на засадах концепції таргет-костингу. Система таргет-костингу – це цілісна концепція управління, що підтримує стратегію зниження витрат і реалізує функції планування виробництва нових продуктів, превентивного контролю витрат і калькулювання цільової собівартості відповідно до ринкових реалій [1, 2].

Використання цієї концепції управління зниженням витрат на продукцію підприємства здійснюється за допомогою моделі, яка пропонує визначення собівартості продукції на основі того, що із можливої ринкової ціни на продукцію віднімається валовий або маржинальний прибуток необхідний підприємству. Таким чином, акцент з внутрішніх факторів формування собівартості продукції зміщується в бік зовнішніх ринкових факторів підприємства, в результаті чого відправною точкою в процесі ціноутворення є не собівартість продукції, а її ціна. В підсумку, при формуванні системи управлінського обліку на засадах таргет-костингу появиться можливість встановлювати цільову собівартість на продукцію, яка призначена для спонукання управлінського персоналу к поступовому зниженню собівартості продукції. Запропонована система управлінського обліку на засадах застосування концепції таргет-костингу представлена на рис. 1. Формування системи управлінського обліку фінансових результатів підприємства на засадах концепції таргет-костингу охоплює три складових блоки. Перший блок формування підсистеми управлінського обліку доходів пов'язаний безпосередньо з процесом бюджетування

основних показників збутової діяльності підприємства на засадах дослідження ринку та аналізу конкурентів.



Рисунок 1 – Система управлінського обліку фінансових результатів підприємства при застосуванні концепції таргет-костинг

К основним показникам цього блоку відносяться прогноз цін та обсягів збуту в розрізі кожного виду продукції з урахуванням специфіки ринку збуту. У другому блоці – підсистемі управлінського обліку витрат на підставі детального аналізу здійснюється визначення цільової та планової собівартості продукції, що припускає поступове приведення значення однієї до другої. У третьому блоці управлінським персоналом встановлюється норма прибутковості в розрізі номенклатури продукції підприємства, із врахування потрібних розмірів рентабельності, темпів розвитку суб'єкта господарювання, стратегії розробки та просування продукції на ринок. Таким чином, формування системи управлінського обліку на засадах концепції таргет-костингу дозволяє ефективно управляти собівартістю продукції, що безпосередньо впливає на рівень прибутку, виходячи із динамічних умов ринкового середовища підприємства.

Література:

1. Проданчук М. Таргет-костинг та кайзер-костинг як інструменти оптимізації витрат у системі стратегічного управління / М. Проданчук // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки. – 2012. – № 3 (69), Т. 2. – С. 150-155.
2. Павлова С.І. Метод таргет-костингу як прогресивний метод цільового стратегічного управління витратами / С.І. Павлова, Т.М. Магнушевська // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2016. – Вип. 10(2). – С. 56-58.