

АНАЛИЗ СИСТЕМ И МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Мирзаева Зарема Исаевна

студент 2 курса экономического факультета Дагестанского Государственного Университета, РФ, Республика Дагестан, г. Махачкала

Чернова Светлана Алексеевна

научный руководитель, канд. экон. наук, доц. кафедры аудита и экономического анализа ДГУ, РФ, Республика Дагестан, г. Махачкала

Аннотация. Статья посвящена анализу систем и методов управления затратами предприятия, которые способствуют улучшению экономических результатов деятельности предприятия. В ней выделяется значимость этапа планирования, который позволяет определить основные направления расходования средств предприятия.

Ключевые слова: Затраты, управления затратами, методы сокращения затрат, контроллинг, прибыль.

Эффективность деятельности любого предприятия в современных условиях обуславливается степенью его конкурентоспособности. Предприятие может являться конкурентоспособным только в случае, если его продукция имеет наилучшее соотношение «цена-качество».

Затраты на производство товара, как известно, определяют, в большей степени, цену товара. Также от затрат зависит будущая прибыль фирмы. Чем меньше затрат предприятие будет нести, тем больше прибыли оно будет получать. Поэтому эффективное управление затратами является необходимым условием развития и расширения предприятия и его конкурентоспособности и является актуальным для рассмотрения.

Управлением затратами предприятия включает в себя такие элементы, как прогнозирование и планирование затрат, их нормирование и учет, определение себестоимости продаж, анализ, контроль и регулирование деятельности фирмы.

Основная задача управления затратами продукции – это применение способа более рационального использования ресурсов с целью их экономии. Если предприятие хочет решить проблему минимизации издержек, то ему необходимо составить план, который должен включать в себя:

1. Систему мер по более эффективному использованию материальных ресурсов (внедрение новой техники и безотходных технологий, что позволяет наиболее рационально тратить сырье, материалы, топливо и энергию; совершенствование нормативной базы организации; улучшение качества продукции и снижение брака и т.д.).
2. Меры, направленные на более рациональное применение фондов основных средств и имущества (избавление от излишних машин и оборудования; сдача имущества организации в аренду; усовершенствование качества обслуживания и ремонта основных средств; обеспечение большей загрузки машин и оборудования; использование ускоренной амортизации и т.д.).

Наряду с этим на предприятии должна функционировать система контроллинга, которая должна решать задачу принятия управленческих решений, влияющих на величину затрат [1-4].

В зависимости от конкретных условий деятельности названная система может ориентироваться на следующие методы управления затратами:

1. Метод целевых затрат, за базис которого берется ожидаемая цена (стоимость объекта), выявленная в процессе разработки. При этом планируется размер скидок и налогов, а также прибыль, которую, исходя из предполагаемой величины продаж, предприятие максимально хочет получить. Целевая цена опускается на соответствующий уровень, и на основе этих данных получают целевые издержки, которые фирма может себе позволить при определенном состоянии рынка.
2. Метод формирования затрат на основе отдельных процессов, в ходе которого совокупные издержки разбиваются на отдельные части, оказывающие значительное воздействие на величину общих издержек. Это дает возможность выяснить причину их возникновения и измерить (калькулировать) их с большей точностью.
3. Метод сравнения с лучшими показателями конкурентов основывается на постоянном соизмерении затрат фирмы с аналогичными данными фирм-конкурентов. Для выживания на рынке предприятию, в первую очередь, необходимо выяснить положение на рынке своих конкурентов, их слабые и сильные стороны. Сделав такой анализ, фирма может разработать систему конкретных преимуществ с помощью таких подходов, как экономия на затратах, уникальное продуктовое предложение, специализации фирмы на обслуживании или широкого круга потребителей, например, всего целевого рынка, или только центральных целевых его сегментов [1;3].

Также следует отметить, что важной задачей предприятия при минимизации издержек является достижение оптимального соотношения между качеством продукции и ее ценой [1-5].

В процессе планирования многие предприятия не оценивают эффект операционного рычага, коэффициент вклада на покрытие. Если отсутствует информация о переменных и постоянных издержках компании, невозможно проанализировать, насколько объем продаж близок к точке безубыточности, как воздействуют колебания объема продаж на прибыль и убыток и насколько рискован бизнес с точки зрения повышения удельного веса постоянных издержек в сложившемся объеме продаж [3; 4].

Основными методами управления затратами предприятия являются следующие методы: «Абзорпшен-костинг» (“Absorptioncosting”), «Стандарт-кост» (“Standartcost”), метод целевого калькулирования себестоимости (“Targetcosting”) и др.

Метод управления затратами по системе «Стандарт-кост» является важным механизмом контроля расходов. Понятие «Стандарт-кост» характеризует объем предполагаемых затрат в денежном выражении, который нужен для производства продукции. На базе определенных предприятием стандартов можно заранее установить сумму ожидаемых расходов на производство и реализацию продукции, калькулировать себестоимость для определения цен. Метод заключается в предварительном (до начала производства) нормировании по таким статьям издержек, как:

- основные ресурсы,
- оплата труда основных производственных рабочих,
- производственные накладные расходы (заработная плата вспомогательных рабочих, вспомогательные ресурсы, арендная плата, амортизация),
- коммерческие расходы (расходы по сбыту продукции).

Заранее исчисленные нормы рассматриваются как твердо установленные ставки с целью приведения фактических издержек в соответствие со стандартами путем оптимального управления расходами. Стандартные нормы остаются неизменными на весь период и не корректируются в случае возникновения отклонений.

Для определения нормативов применяют физические (количественные) стандарты, которые позволяют калькулировать в натуральном выражении затраты на материал, количество рабочей силы и объем услуг, необходимых для производства изделия. Затем физические стандарты умножаются на коэффициенты в денежном исчислении и находят стандартные стоимостные нормы.

Недостаток этого метода заключается в трудности установления стандартов в условиях инфляции и при выполнении большого объема заказов за сравнительно короткий период. Другой недостаток состоит в том, что стандарты устанавливаются не на все производственные расходы.

Следующий метод – метод «Абсорпшен-костинг» или метод полного распределения либо поглощения издержек направлен на определение себестоимости продукции путем распределения затрат между реализованной продукцией и остатками продукции на складе. Он позволяет регулировать размер отчетной прибыли, меняя при этом график производства или базового объема производства, взятого для исчисления коэффициента распределения постоянных общепроизводственных затрат. Также при применении этого метода в ходе исчисления полной себестоимости издержки делят на прямые и косвенные [1–6].

Другой метод - целевого калькулирования себестоимости (Targetcosting). Целевое калькулирование себестоимости осуществляют на этапе планирования и разработки продукции. По данным исследований было установлено, что именно на данной стадии закладывается около 80% затрат по производству. Поэтому здесь имеются наиболее значительные возможности снижения себестоимости. Для их реализации составляют многомерную прогнозную информацию об издержках, что помогает осуществить метод целевого калькулирования себестоимости.

В процессе данного метода осуществляется планирование по основным стратегическим направлениям конкурентной борьбы: себестоимость/цена, качество, функциональные возможности.

Метод целевого калькулирования себестоимости проходит по стадиям:

1. определение целевой продажной цены продукта, исходя из рыночных ожиданий,
2. определение целевого объема производства;
3. определение целевой прибыли с учетом общей стратегии развития фирмы;
4. определение целевой себестоимости, вычисляемая как разность между целевой продажной ценой и целевой прибылью;
5. определение целей по сокращению себестоимости путем вычитания текущей плановой себестоимости из целевой и распределения полученной разницы по видам затрат, а также потребительским функциям изделия.

Наряду с рассмотренными методами, существуют и другие возможности управления затратами предприятия. И выбор тех или иных методов зависит от специфических особенностей функционирования и развития каждого предприятия.

Таким образом, управление затратами на предприятии осуществляется на всех уровнях управления, и организация этой работы может обеспечить не только максимально возможную прибыль фирме, но и в целом способствовать достижению устойчивого экономического роста в стране.

Список литературы:

1. Альдеров М., Алиева М.Ю. Инфраструктурные факторы развития национальной промышленности. В сборнике: Глобальные проблемы модернизации национальной экономики Материалы II Международной научно-практической конференции (заочной). 2013. С. 22-27.
2. Гомонко Э.А., Тарасова Т.С. Управление затратами на предприятии: Учебник. – М.: КНОРУС, 2010.
3. Ибашева П.А., Алиева М.Ю. Роль экономического анализа в системе управления предприятием и принятии управленческих решений. Апробация. 2013. № 4 (7). С. 29-30.
4. Муталимова З.М., Алиева М.Ю. Внутренняя управленческая отчетность как источник информации для анализа. Экономика и социум. 2013. № 3 (8). С. 484-487.
5. Голов Р.С., Агарков А.П., Теплышев В.Ю., Ерохина Е.А. Экономика и управление на предприятии. Учебник для бакалавров. 2013. С. 350-352.
6. Асаул А.Н., Квициния М.Г. Управление затратами и контроллинг. Учебник. 2013. С. 180-185.
7. Шаркова А.В., Ахметшина Л.Г. Экономика организации. Практикум для бакалавров. 2014. С. 66-68.