

А. М. Ткаченкодоктор економічних наук, професор
ДВНЗ “Український державний хіміко-технологічний університет”

УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ – НАГАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ СЬОГОДЕННЯ

У статті управління витратами окреслено з позиції актуальних проблем сьогодення. На сучасному етапі визначальною характеристикою, яка формує суспільні потреби, є управління витратами. Це пов'язано з тим, що витрати на виготовлення продукції в умовах конкуренції є головним чинником, який впливає на ефективність виробничої діяльності. Процес управління витратами є носієм різних конкретних властивостей, що відображають корисність для товаровиробника та відповідають певним потребам споживача. У сучасних умовах управління витратами забезпечує і гарантує виробник. Якщо ж у цій сфері має місце збій, підприємство втрачає позиції на ринку внаслідок незбалансованості управлінської системи та стає потенційним банкрутом. Обґрунтовано, що на управління витратами впливає значна кількість факторів, які діють як самостійно, так і у взаємозв'язку між собою на окремих етапах життєвого циклу товаровиробника.

Ключові слова: витрати, управління витратами, собівартість, товаровиробник, конкурентоспроможність, ефективність.

I. Вступ

В умовах переходу до ринку успіх кожного конкретного підприємства, яке виробляє певну продукцію, оцінюється за рівнем ефективності виробництва та обумовлюється, насамперед, ступенем задоволення потреб суспільства. На сучасному етапі визначальною характеристикою, яка формує суспільні потреби, є управління витратами. Це пов'язано з тим, що витрати на виготовлення продукції в умовах конкуренції є головним чинником, який впливає на ефективність виробничої діяльності.

Стан справ у сфері управління витратами для промислових підприємств України характеризується низкою недоопрацювань. Застосування різнопланових механізмів управління витратами формує конкурентоспроможність товаровиробника. Теоретико-методологічні та економіко-організаційні аспекти управління витратами відображені в працях провідних українських і зарубіжних учених-економістів: І. Бойчика, Л. Водачека, З. Гейлера, А. Гличева, Д. Джуран, Л. Дікань, Ю. Іванова, Д. Демиденко, В. Ластовецького, Л. Матвеева, В. Огвоздіна, Г. С. Одінцової, В. Окрепілова, В. Пономаренка, О. Пушкаря, В. Соколенко, С. Стукова, А. Субето, А. Фейгенбаума, З. Хамдамова, Д. Харрінгтона, А. Яругової та ін.

Тому особливого значення набуває питання обґрунтування та впровадження дієвих методів управління витратами.

II. Постановка завдання

Виходячи з поставленої проблеми, метою статті є теоретичне обґрунтування сучасних підходів щодо управління витратами на промислових підприємствах як визначно-

го фактора ефективності роботи суб'єкта господарювання.

При цьому основними завданнями є визначення сутності поняття “витрати”, виявлення особливостей забезпечення конкретних властивостей, що відображають корисність продукції для товаровиробника та їх впливу на ефективність виробництва.

III. Результати

У ринковій економіці питання формування управління витратами є найважливішим чинником підвищення рівня життя, економічної, соціальної та екологічної безпеки. Управління витратами – комплексне поняття, що характеризує ефективність усіх складових діяльності: розробка стратегії, організація виробництва, маркетинг тощо [1, с. 65].

Управління витратами як економічна категорія відображає сутність виробничого процесу, спрямованого на зниження собівартості продукції і як наслідок – ціни на неї, що сприяє зростанню споживчого попиту, який покликаний задовольняти потреби покупців відповідно до свого призначення.

У сучасній науковій літературі та практичній сфері використовують різні трактування поняття управління витратами, яке характеризується як сукупність властивостей і характеристик продукції чи послуг, що формують її конкурентоспроможність на внутрішньому та зовнішньому ринках. Управління витратами застосовують на стадії проектування виробництва. Так, під час дослідження розробляють технічні й економічні принципи, створюють функціональні зразки (моделі). Після цього створюють основу виробничої документації і дослідний зразок. На стадії конструктивно-технологічних робіт

розробляють алгоритм запуску зразка у виробництво [1, с. 66].

Поняття “управління витратами” сформувався під впливом історико-виробничих обставин. Це зумовлено тим, що кожне суспільне виробництво висувало свої об’єктивні вимоги до управління. З розвитком науково-технічного прогресу, наслідком якого стала автоматизація виробництва, з’явилися автоматичні пристрої для управління складним устаткуванням та іншими системами. Таким чином, поняття управління витратами постійно розвивалося й уточнювалося. У зв’язку з необхідністю ефективного управління виробництвом були сформовані методи збору, обробки й аналізу інформації. Підприємства, що функціонували в умовах ринкової економіки, прагнули організувати процес управління витратами таким чином, щоб збалансувати попит і пропозицію.

Виробник повинен постійно опікуватися питаннями вдосконалення управлінських процесів, у тому числі й менеджментом витрат. Особливу увагу варто приділяти наукоємним і складним програмним продуктам. Основні розбіжності тлумачення дефініції управління витратами лежать у площині командно-адміністративної та ринкової економіки. У командно-адміністративній економіці управління витратами сприймається виключно з позиції товаровиробника. Натомість у ринковій економіці менеджмент витрат розглядають з урахуванням запитів споживача.

Слушною є думка голландських учених Дж. Ван Етингера і Дж. Сіттіга [6]: щоб мати уявлення щодо ефективності управління витратами недостатньо використовувати лише дані про властивості продукту. Варто брати до уваги умови експлуатації, умови виробництва та збуту тощо. На думку Дж. Ван Етингера і Дж. Сіттіга, управління витратами може мати конкретне вираження у разі групування пріоритетності завдань.

Таким чином, процес управління витратами є носієм різних конкретних властивостей, що відображають корисність для товаровиробника та відповідають певним потребам споживача. Слід зазначити, що споживча вартість і якість продукції безпосередньо пов’язані поміж собою, але не тотожні. На відміну від споживчої вартості якість продукції характеризує міру її придатності для споживача, тобто кількісний бік споживчої вартості.

Разом з тим, не можна розглядати якість ізольовано з позицій виробника та споживача. Процес управління витратами має бути орієнтований як на прийнятну споживчу вартість, так і загальну вартість. Тобто якість є комплексним поняттям, що відображає ефективність усіх сторін управління витратами підприємства.

На більшості підприємств, що займаються виробництвом, витрати на задоволення очікувань споживача у сфері якості становлять значні кошти, що також впливають на

величину витрат. Тому цілком логічно, що витрати повинні бути виявлені, структуровані, адаптовані для подання керівництву. На жаль, багато управлінців вищої ланки не отримують належної наочної інформації щодо рівня витрат, оскільки на промисловому підприємстві відсутня ефективна система збору й аналізу даних [4]. Витрати, окреслені від самого початку, забезпечують менеджерів додатковим могутнім інструментом керування. Вміло організований аналіз витрат може стати джерелом значної економії, сприяти підвищенню ефективності діяльності, а також допомагає формувати позитивний імідж підприємства в очах потенційних клієнтів.

Соціально-економічне значення підвищення ролі управління витратами полягає в тому, що заходи такого спрямування дають змогу в умовах ринкових відносин формувати більш ефективну систему господарювання. Соціально-економічна ефективність підвищення рівня якості продукції та її конкурентоспроможності полягає передусім у такому:

- високоякісна та конкурентоспроможна продукція завжди більш повно й ліпше задовольняє суспільно-соціальні потреби в ній;
- підвищення якості продукції є специфічною формою виявлення закону економії робочого часу: загальна сума витрат суспільної праці на виготовлення й використання продукції більш високої якості, навіть якщо досягнення такої пов’язане з додатковими витратами;
- конкурентоспроможна продукція забезпечує постійну фінансову стійкість підприємства, а також одержання ним максимального можливого прибутку;
- багатоаспектний вплив якості та, як наслідок, конкурентоспроможності продукції не тільки на виробництво та ефективність господарювання, а й на імідж і конкурентоспроможність підприємства загалом (рис.) [4, с. 192].

Ефективність діяльності підприємства, насамперед, передбачає його прибутковість і конкурентоспроможність. Водночас конкурентоспроможність підприємства – здатність до ефективної господарської діяльності та забезпечення прибутковості за умов конкурентного ринку. Отже, конкурентоспроможність підприємства – це здатність забезпечувати випуск і реалізацію конкурентоспроможної продукції.

Конкурентоспроможність продукції (як і її якість) закладено ще на стадії проектування. У процесі виробництва матеріалізуються найважливіші (визначальні) елементи конкурентоспроможності продукції: якість і витрати. Моделювання та визначення рівня конкурентоспроможності продукції є необхідною передумовою для її продажу (реалізації) на відповідному ринку. Це, в кінцевому результаті, і визначає прибутковість підприємства та ступінь ефективності його діяльності.

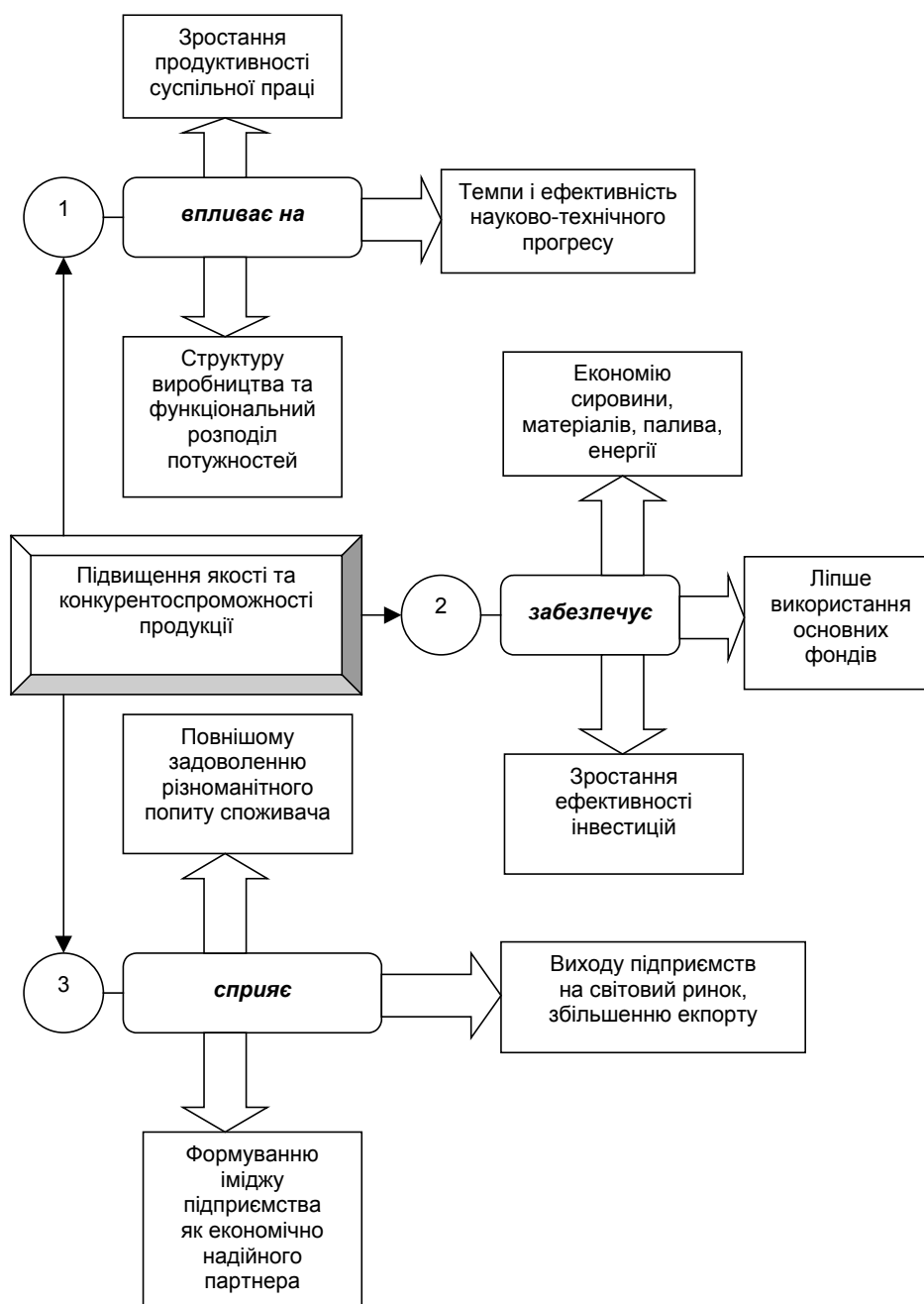


Рис. Вплив якості й конкурентоспроможності продукції на виробництво та імідж підприємства

В умовах розвитку міжнародної торгівлі успіх окремих підприємств на зовнішньому і внутрішньому ринках повністю залежить від того, наскільки їх продукція або послуги відповідають стандартам. Тому питання управління витратами й зокрема забезпечення підвищення якості продукції актуальні для всіх українських підприємств. Від їх вирішення значною мірою залежить успіх і ефективність національної економіки загалом. При цьому необхідно враховувати те, що підвищення ефективності управління витратами – завдання довгострокове й безперервне. На кожному часовому етапі виробництво продукції має бути оптимальним, тобто таким, що максимально задовольняє потре-

би споживачів при відносно мінімальних затратах на його досягнення. З розвитком науково-технічного прогресу проблеми управління витратами не лише не спрощуються, а, навпаки, стають складнішими.

Тому вирішувати їх традиційними методами, тобто лише шляхом контролю, практично неможливо. Повинен бути комплексний, системний підхід, реалізація якого можлива лише в площині ефективної управлінської системи. Відомий американський спеціаліст Едвард Демінг писав, що на 85% вирішення проблеми менеджменту витрат залежать не тільки від конкретних осіб, а й від наявної системи управління [8].

У сучасних умовах управління витратами забезпечується та гарантується товаровиробником. А якщо цього не відбувається – підприємство втрачає позиції на ринку внаслідок незбалансованості управлінської системи та стає потенційним банкрутом.

На управління витратами впливає значна кількість факторів, що діють як самостійно, так і у взаємозв'язку між собою, як на окремих, так і на кількох етапах життєвого циклу продукції. Науковцями фактори впливу управління витратами на якість об'єднані в такі групи: технічні, організаційні, економічні та суб'єктивні:

- технічні фактори: конструкція, схема послідовного зв'язку елементів, система резервування, схеми вирішення, технологія виготовлення, засоби технічного обслуговування та ремонту, технічний рівень бази проектування, виготовлення, експлуатації тощо;
- організаційні фактори: розподіл праці і спеціалізація, форми організації виробничих процесів, ритмічність виробництва, форми і методи контролю, порядок контролю за задачею продукції, форми і способи транспортування, зберігання, експлуатація (споживання), технічне обслуговування, ремонт тощо. На жаль, сьогодні їм ще не приділено достатньої уваги на відміну від технічних, тому дуже часто добре спроектовані й виготовлені вироби в результаті поганої організації виробництва, транспортування, експлуатації і ремонту достроково втрачають свою високу якість;
- економічні фактори: ціна, собівартість, рівень затрат на технічне обслуговування та ремонт, ступінь підвищення продуктивності суспільної праці та ін. Економічні фактори особливо важливі для економіки ринкового типу, їм одночасно властиві контрольні-аналітичні та стимулюючі властивості. До перших відносять такі, що дають змогу виміряти: затрати праці, засобів, матеріалів на досягнення і забезпечення певного рівня якості виробів. Дія стимулюючих факторів приводить як до підвищення рівня якості, так і до його зниження. Найбільш стимулюючим фактором є ціна. Правильно організоване ціноутворення стимулює підвищення якості. При цьому ціна повинна покривати всі витрати підприємства на заходи з покращення якості та забезпечення необхідного рівня ефективності. Водночас вироби з більш високою ціною повинні бути вищої якості;
- суб'єктивні: у забезпеченні якості значну роль відіграє особистість з її професійною підготовкою, фізіологічними та емоційними особливостями; суб'єктивні фактори по-різному впливають на розглянуті вище фактори. Від професійної підготовки людей, які зайняті проектуван-

ням, виготовленням і експлуатацією виробів, залежить рівень використання технічних факторів [9]. Але якщо в процесі функціонування технічних факторів роль суб'єктивних слабшає, то це є проявом використання сучасної техніки й технології, яка максимально звільняє технологічний процес від участі людини, а в організаційних факторах суб'єктивний елемент відіграє вже значну роль. Наскільки важливі суб'єктивні фактори, свідчить поширена серед виробників думка про економічну доцільність підвищення якості. Якість розглядають при цьому як соціально бажану мету, але її вплив на підвищення рентабельності є мінімальним. Пояснюється це недостатньою обізнаністю виробників, які допускають такі помилки [9, с. 217]:

- 1) більш висока якість обходиться дорожче;
- 2) акцент на якість веде до зменшення продуктивності;
- 3) на якість впливає культура праці робочої сили;
- 4) якість може бути забезпечена в результаті системного контролю.

Необхідно підкреслити, що управління витратами — це не ізольований вид діяльності. Щоб бути ефективним, у цьому процесі повинні бути задіяні всі структурні підрозділи, включаючи ті, які займаються маркетингом, проектно-конструкторськими розробками, технологією, виробництвом, пакуванням, диспетчеризацією і транспортуванням. Фактично, управління витратами має охоплювати діапазон від постачальників вихідного матеріалу до замовників. Важливо зрозуміти вимоги споживачів і мати точний зворотний зв'язок, який дає інформацію про їхнє сприйняття виробів, які вони отримують.

IV. Висновки

У сучасній економіці з'ясувалося, що стан справ у сфері управління витратами для підприємств України не можна характеризувати як достатній. Розвиток товарних відносин показав, що продукція українських підприємств певною мірою є неконкурентоспроможною на світовому ринку у зв'язку з неефективною системою управління.

Управління витратами є наскрізним процесом на всіх етапах виробництва. Розуміння важливості процесу управління витратами з позицій його відповідності вимогам споживача склалося саме в умовах ринкової економіки. Отже, кожний товаровиробник є носієм різних конкретних переваг, що забезпечують відповідність його діяльності певним потребам людини. Таким чином, споживча вартість і управління витратами безпосередньо пов'язані між собою. Разом з тим, не можна їх протиставляти з позицій виробника й споживача. Процес виробництва орієнтований як на споживчу вартість, так і на загальну.

Соціально-економічна роль підвищення ефективності управління витратами полягає в тому, що заходи такого спрямування сприяють формуванню продуктивної системи господарювання підприємства в умовах ринкових відносин. При цьому важливо зрозуміти вимоги споживачів і мати точний зворотний зв'язок, який дає інформацію про їхнє сприйняття виробів, які вони отримують.

Список використаної літератури

1. Адлер Ю. Восемь принципов, которые меняют мир / Ю. Адлер // Стандарты и качество. – 2002. – № 1. – С. 65–69.
2. Басовский Л. Е. Управление качеством : учебник / Л. Е. Басовский, В. Б. Протасьев. – Москва : ИНФРА-М, 2000.
3. Бойчик І. М. Економіка підприємства : навч. посіб. / І. М. Бойчик. – 2-ге вид., доп. і перероб. – Київ : Атіка, 2006. – 528 с.
4. Гетьман О. О. Економіка підприємства : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал. – Київ : Центр навчальної літератури, 2006. – 488 с.
5. Глудкин О. П. Всеобщее управление качеством / О. П. Глудкин, Н. М. Горбунов, А. И. Гуров, Ю. В. Зорин. – Москва : Радио и связь, 2001.
6. Економіка підприємства : підручник / за ред. А. В. Шегеди. – Київ : Знання, 2006. – 614 с.
7. Ермишин Б. Г. Основы экономической теории : курс лекций / Б. Г. Ермишин. – Москва : Финансы и статистика, 2002. – 388 с.
8. Огвоздин В. Ю. Управление качеством. Основы теории и практики : учеб. пособ. / В. Ю. Огвоздин. – Санкт-Петербург : ГИЗА, 1997.
9. Окрепилов В. В. Управление качеством : учебник для вузов / В. В. Окрепилов. – 2-е изд., доп. и перераб. – Москва : Экономика, 1998.
10. Радионов В. В. Управление качеством : учебное пособие / В. В. Радионов. – Новосибирск : НГАЭиУ, 1996.

Стаття надійшла до редакції 19.01.2015.

Ткаченко А. М. Управление затратами – актуальная задача современности

В статье управление затратами очерчено с позиции актуальных проблем современности. Это связано с тем, что затраты на изготовление продукции в условиях конкуренции являются главным фактором, который влияет на эффективность производственной деятельности. Процесс управления затратами является носителем различных конкретных свойств, отображающих полезность для товаропроизводителя и соответствуют определенным потребностям потребителя. В современных условиях управление затратами обеспечивает и гарантирует товаропроизводитель. В случае, если этого не происходит, предприятие теряет позиции на рынке в результате несбалансированности управленческой системы и становится потенциальным банкротом. Обосновано, что на управление затратами влияет значительное количество факторов, которые действуют как самостоятельно, так и во взаимосвязи между собой на отдельных этапах жизненного цикла товаропроизводителя.

Ключевые слова: *затраты, управление затратами, себестоимость, товаропроизводитель, конкурентоспособность, эффективность.*

Tkachenko A. Costs Management – the Urgent Present Task

Costs management is represented as a present topical problem in this article. The defining characteristic that forms social needs at the present stage is the costs management. It is related to the fact that the manufacturing costs are the main factor that affects the efficiency of production in a competitive environment. The costs management process includes various specific properties that reflect the usefulness of product to commodity producer as well as ability of the product to match the needs of consumers. Nowadays the costs management is ensured and guaranteed by commodity producer. If it not happens the company loses its market positions due to administrative system imbalance and potentially becomes a bankrupt. It is grounded that a significant number of factors affects the costs management. These factors act both independently and in conjunction with each other at various stages of the life cycle of the commodity producer.

Key words: *expenses, costs management, cost, commodity producer, competitiveness, efficiency.*