

**Міністерство освіти і науки України
Дніпровський державний аграрно-економічний університет
Факультет обліку і фінансів
Кафедра обліку, оподаткування та управління
фінансово-економічною безпекою**

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ:

**Завідувач кафедри,
д. держ. упр., професор**

**_____ І. П. Приходько
« ____ » _____ 2022 р.**

ДИПЛОМНА РОБОТА

**Удосконалення обліково-аналітичних підходів до управління витратами
підприємства**

**Виконала: здобувачка вищої освіти
освітньо-професійної програми
«Облік і оподаткування»
зі спеціальності
071 «Облік і оподаткування»
Наріжна С.Г.
Керівник: проф. Павлова Г.Є.**

Дніпро – 2022

ДНПРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет обліку і фінансів
Кафедра обліку, оподаткування та управління фінансово-економічною безпекою
Освітній ступінь магістр
ОПП «Обліку і оподаткування»
Спеціальність 071 «Обліку і оподаткування»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____
« _____ » _____ 2021р.

ЗАВДАННЯ

на дипломну роботу здобувачки вищої освіти

Наріжної Софії Геннадіївни

- 1. Тема дипломної роботи** «Удосконалення обліково-аналітичних підходів до управління витратами підприємства»
керівник роботи Павлова Галина Євгенівна, д.е.н., професор
затверджені наказом ДДАЕУ від « 29» листопада 2021 р. № 3641
Строк подання здобувачем роботи – 10 лютого 2022 року.
- 2. Вихідні дані до роботи** Законодавчі, нормативно-правові акти та інструктивні матеріали по темі дослідження, фінансова звітність КП «ІМПА» м. Київ, дані аналітичного та синтетичного обліку, періодична література, праці провідних вчених економістів.
- 3. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розкрити).** Вступ; теоретичні основи управління витратами на підприємстві; оцінка управління витратами на підприємстві; обґрунтування напрямків ефективного управління витратами та їх вплив на формування операційного прибутку підприємства; висновки та пропозиції.
- 5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень).** Схема взаємозв'язку функцій управління витратами, визначення об'єму витрат при поточному плануванні, плановий зведений кошторис витрат для здійснення основної операційної діяльності, відмінність бухгалтерського (фінансового) від управлінського обліку, схема аналізу витрат на підприємстві, документування операцій з обліку витрат на підприємстві, типова кореспонденція бухгалтерських рахунків з обліку собівартості реалізації продукції, кореспонденція бухгалтерських рахунків з облік загальновиробничих витрат, розподіл статутного капіталу КП «ІМПА» між його власниками, динаміка основних показників діяльності КП «ІМПА» у 2018-2020 рр., співвідношення доходу, витрат та прибутку КП «ІМПА» у 2018-2020 рр., динаміка обсягу наданих послуг у 2018-2020 рр., динаміка прибутку від реалізації КП «ІМПА» у 2018-2020 рр., динаміка продуктивності праці персоналу на КП «ІМПА», фактори зовнішнього середовища та їх вплив на підприємство, матриця конкурентного профілю КП «ІМПА», сильні та слабкі сторони підприємства, матриця SWOT- аналізу, матриця SWOT- аналізу, калькуляція

виробничої собівартості одиниці контенту у 2018-2020 рр., процес планування витрат на рекламу в КП «ІМПА», склад витрат КП «ІМПА» відносно їх включення до собівартості реалізованої продукції у 2018-2020 рр., формування прибутку в КП «ІМПА» у 2018-2020рр., загальна схема управління витратами в КП «ІМПА», кошторис накладних витрат КП «ІМПА» на грудень 2020 р., тис. грн., план надходжень та виплат КП «ІМПА» на листопад 2020 р., вихідні дані для розрахунку межі рентабельності КП «ІМПА», вихідні дані для розрахунку межі рентабельності КП «ІМПА», визначення точки беззбитковості КП «ІМПА» методом побудови графіка витрат від реалізації, вихідні дані для побудови економіко-математичної моделі оптимізації витрат КП «ІМПА», схематичний графік економіко - математичної моделі оптимізації витрат КП «ІМПА», порівняльна оцінка застосування «директ-костингу» та нормативного розподілу постійних витрат в КП «ІМПА».

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 03 червня 2021р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Теоретичні основи управління витратами на підприємстві; оцінка управління витратами на підприємстві	вересень 2021 р.	
2	Оцінка управління витратами на підприємстві	жовтень 2021 р.	
3	Обґрунтування напрямків ефективного управління витратами та їх вплив на формування операційного прибутку підприємства	грудень 2021 р.	
4	Висновки та пропозиції, вступ	січень 2022 р..	
5	Список використаних джерел, вступ, оформлення роботи	лютий 2022 р..	
6	Оформлення роботи	лютий 2022 р.	

Здобувачка вищої освіти _____

Наріжна С.Г.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____

Павлова Г.Є.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

РЕФЕРАТ	5
ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	10
1.1 Характеристика, принципи та функції управління витратами на підприємстві	10
1.2 Методологічні основи формування та інструменти аналізу витрат на малому підприємстві	18
1.3 Нормативно-правове забезпечення обліку та аналізу витрат діяльності підприємств	41
Висновки до 1 розділу	53
РОЗДІЛ 2 ОЦІНКА УПРАВЛІННЯМ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	55
2.1 Організаційно-економічна характеристика підприємства	55
2.2 Характеристика організації роботи бухгалтерської служби та оцінка базових засад облікової політики підприємства	68
2.3 Аналіз управління витратами та його вплив на формування операційного прибутку підприємства	71
2.4 Аналіз системи управління витратами на підприємстві	80
Висновки до 2 розділу	89
РОЗДІЛ 3 ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМКІВ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ ОПЕРАЦІЙНОГО ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА	91
3.1 Розробка альтернативних варіантів оптимізації витрат в системі ефективного управління ними та відображення їх на формуванні операційного прибутку	91
3.2 Економічне та управлінське обґрунтування вибору найбільш прийнятної альтернативи	99
3.3 Оцінка впливу реалізації обраної альтернативи на основні	

параметри діяльності	102
Висновки до3 розділу	108
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	110
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	113
ДОДАТКИ	121

РЕФЕРАТ

Тема: «Удосконалення обліково-аналітичних підходів до управління витратами підприємства»

Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків і містить 128 сторінок комп'ютерного тексту, 14 рисунків, 30 таблиць, 90 джерел.

Об'єктом дослідження є господарська діяльність підприємства в частині управління витратами підприємства.

Предметом дослідження є методика та організація процесу формування обліково-аналітичного забезпечення управління витратами на підприємстві.

Мета кваліфікаційної роботи полягає в теоретичному обґрунтуванні необхідності удосконалення обліково-аналітичного забезпечення управління витратами на підприємстві, проведенні аналізу управління витратами, визначення його впливу на формування операційного прибутку підприємства та розробці напрямків ефективного управління витратами (на прикладі КП «ІМПА»).

Методи дослідження. Дослідження проблематики даної кваліфікаційної роботи можливе за використання таких методів:

- методи обробки інформації: класифікація даних, порівняння, аналіз взаємовпливу, факторний аналіз;
- методи розробки та оцінки рішень: методи опрацювання альтернативних рішень, методи вибору альтернативних рішень, методи оцінки якості прийнятих рішень.

КЛЮЧОВІ СЛОВА

ВИТРАТИ, ДИРЕКТ-КОСТИНГ, ТОЧКА БЕЗЗБИТКОВОСТІ, СОБІВАРТІСТЬ, УПРАВЛІННЯ, ОБЛІК, МОДЕЛЬ, SWOT-АНАЛІЗ, ПЛАНУВАННЯ, КАЛЬКУЛЯЦІЯ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

РАСХОДЫ, ДИРЕКТ-КОСТИНГ, ТОЧКА БЕЗУБЫТОЧНОСТИ, СЕБЕСТОРИМОСТЬ, УПРАВЛЕНИЕ, УЧЕТ, МОДЕЛЬ, SWOT-АНАЛИЗ, ПЛАНИРОВАНИЕ, КАЛЬКУЛЯЦИЯ

KEYWORDS

COSTS, DIRECT COSTING, BREAKDOWN POINT, COST, MANAGEMENT, ACCOUNTING, MODEL, SWOT ANALYSIS, PLANNING, CALCULATION

ВСТУП

Характерними рисами сучасного підприємницького середовища є його складність, багатогранність, динамізм, дедалі більший рівень конкуренції та глобалізації. Забезпечення ефективності підприємницької діяльності за таких умов потребує постійного вдосконалення методів та техніки управління бізнесом.

Одним з найбільш важливих і складних питань для структури бізнесу є контроль витрат. Від рівня витрат і динаміки залежать не лише фінансові результати окремих компаній та структурна роздробленість, а й ефективність формування національного доходу на державному рівні.

Актуальність даної теми кваліфікаційної роботи випливає з визначення глобальної мети для малого бізнесу, а саме формування та розвитку середнього класу, зменшення соціальної поляризації, що є запорукою соціального добробуту.

Питанню контролю витрат продовжує приділяти велику увагу вітчизняні та зарубіжні вчені та практики. Дослідження зосереджено на вдосконаленні методів розподілу, обліку та калькуляції собівартості продукції та організації аналізу та бюджетування. Необхідність поліпшення інформаційного забезпечення управління підприємством за умов нестабільного та конкурентного ринкового середовища в середині ХХ століття спричинила в економічно розвинених країнах світу формування системи управлінського обліку, яка призначена для збирання, вимірювання, оцінювання, інтерпретації та передавання економічної інформації менеджерам різних рівнів управління з метою планування, аналізу й контролю витрат, доходів і фінансових результатів підприємства та прийняття ефективних управлінських рішень.

Таким чином, **мета кваліфікаційної роботи** полягає в теоретичному обґрунтуванні необхідності удосконалення обліково-аналітичного забезпечення управління витратами на підприємстві, проведенні аналізу

управління витратами, визначення його впливу на формування операційного прибутку підприємства та розробці напрямків ефективного управління витратами (на прикладі КП «ІМПА»).

Досягнення мети передбачає виконання ряду завдань, а саме:

- дослідження теоретичних засад управління витратами на малому підприємстві; розгляд таких категорій як витрати та собівартість, економічні та бухгалтерські витрати;

- розгляд групування витрат за певними класифікаційними ознаками; дослідження основних інструментів аналізу на малому підприємстві, зазначення видів собівартості;

- дослідження проблеми обліку витрат (бухгалтерський облік, податковий облік);

- проведення аналізу управління витратами на малому підприємстві (КП «ІМПА»); загальна характеристика підприємства (обсяги продаж, динаміку ТЕП);

- здійснення ретельного аналізу структури собівартості продукції (кошторис), обліку витрат, системи управління витратами (наявність); дослідження впливу собівартості на ціноутворення послуг, а також, зв'язку «витрати – конкурентоспроможність»;

- на підставі проведеного аналізу здійснення обґрунтування напрямків ефективного управління витратами; розробка альтернативних варіантів досягнення такого рівня витрат, який би забезпечив оптимальний обсяг реалізації контент-послуг (використання непрямого «директ-костингу» та нормативного розподілу постійних витрат, побудова економіко-математичної моделі оптимізації витрат);

- обґрунтування вибору найбільш прийнятної альтернативи, оцінка впливу реалізації обраної альтернативи на основні показники діяльності підприємства.

Об'єктом дослідження є господарська діяльність підприємства в частині управління витратами підприємства.

Предметом дослідження є методика та організація процесу формування обліково-аналітичного забезпечення управління витратами на підприємстві.

Наукова новизна одержаних результатів. У процесі дослідження отримано такі наукові результати, яким притаманна наукова новизна:

- набуло подальшого розвитку система ефективного управління витратами на підприємстві, яка в собі містить співвідношення витрат за їх вагомістю.

Дослідження проблематики даної кваліфікаційної роботи можливе за використання таких методів:

- методи обробки інформації: класифікація даних, порівняння, аналіз взаємовпливу, факторний аналіз;

- методи розробки та оцінки рішень: методи опрацювання альтернативних рішень, методи вибору альтернативних рішень, методи оцінки якості прийнятих рішень.

Апробація результатів роботи. Результати дипломного дослідження апробовано в матеріалах XII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Забезпечення сталого розвитку аграрного сектору економіки: проблеми, пріоритети, перспективи» (28-30 жовтня 2021 р., м. Дніпро).

Основними джерелами інформаційного забезпечення даного дослідження є:

- наукова, навчальна, навчально-методична та періодична література;
- ресурси мережі Інтернет, а саме, Інтернет-сайти, які висвітлюють питання з проблематики даного дослідження;

- дані періодичної та бухгалтерської звітності підприємства, на якому проводиться дане дослідження (КП «ІМПА»), Статут підприємства та його Установчий договір, а також, будь-яка задокументована інформація, необхідна для проведення даного дослідження.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому що теоретичні узагальнення, що були зроблені в роботі, та практичні

рекомендації щодо розробки напрямів ефективного управління витратами підприємства.

Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків і містить 112 сторінок комп'ютерного тексту, 14 рисунків, 30 таблиць, 90 джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

1.1 Характеристика, принципи та функції управління витратами на підприємстві

Сутність економіки підприємства полягає у визначенні витрат та результатів діяльності, та їх співставленні. Результати діяльності підприємства є багатограними і, поряд з виробничими та економічними (фінансовими) результатами, включають досягнення у сфері технічного та соціального розвитку. Визначення витрат та результатів дозволяє оцінити ефективність роботи підприємства.

Вартість економічних і практичних досліджень, а також розвитку виробництва. Тепер можна виділити наступні підходи до дослідження витрат. Визначення витрат базується на теорії вартості праці. Відповідно до цього витрати народного господарства та агентів — це праця, тільки праця. Фактично витрати включають використання певних обмежених ресурсів, таких як інвестиції, основний та оборотний капітал, а також природні ресурси. Суть витрат з точки зору теорії логістики — це вартість енергії, включаючи інтелектуальну та фізичну енергію. Фактично ці витрати представлені упорядкованим рухом, який спрямовується і використовує певні обмежені ресурси, такі як інвестиції, основний та оборотний капітал, природні ресурси. На сьогоднішній день визначення собівартості з теоретичної точки зору вартості робочої сили є неповним і неприйнятним, а визначення філософсько-теоретичної вартості з точки зору теорії логістики є дійсно недостатньо розробленим. Тому необхідно розглянути визначення загальноприйнятих витрат з практичної точки зору.

Грошові витрати описують кількість ресурсів у певний період часу,

використаних для виробництва та збуту та перетворених у витрати на продукцію, роботи та послуги [29].

Отже, згідно з національними стандартами бухгалтерського обліку витрати розглядаються як зменшення активів або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення капіталу підприємства (за винятком зменшення капіталу внаслідок вилучення або розподілу власником). Ці витрати можна надійно виміряти.

Не визнається платою:

- Оплата за договорами комісії, агентськими договорами та іншими подібними договорами за принципи, комітенти тощо.
- Передоплата за споживання, роботи та послуги (передоплата).
- Погашення боргу отримано.
- Зменшити інші активи або збільшити зобов'язання, які не відповідають вищезазначеним критеріям.
- Витрати відображаються у зменшенні капіталу [31].

Отже, витрати – це сукупність корпоративних грошових витрат, пов'язаних з виробництвом, наданням послуг, виконанням робіт та їх виконанням.

Світова практика має підприємницькі та фінансові витрати.

Підприємницькі витрати - сума всіх явних витрат на виробництво та збут.

До явних (бухгалтерських) витрат належать витрати на сировину, витрати на оплату праці, витрати на амортизацію та інші витрати, пов'язані з виготовленням і реалізацією продукції.

Неявні витрати (витрати випущених спроможностей) – це ті доходи, які могли бути отримано на власні ресурси, в разі їхнього надання за плату іншим суб'єктам (клієнтам). До них належать: процент на власний капітал, орендна плата за приміщення, плата за менеджерську роботу самого підприємця тощо.

Сукупність бухгалтерських та неявних витрат складають економічні

витрати підприємства.

Собівартість — синтетичний показник, що відображає витрати підприємства на виробництво та реалізацію продукції (послуг). Це визначення включає такі важливі положення:

- вартість вказує, скільки і які ресурси використовуються;
- обсяг використаних ресурсів наведено в грошовому виразі;
- визначення витрат завжди по відношенню до конкретних цілей і завдань.

завдань.

Завданням може бути виробництво продукту, функціонального відділу чи об'єкта або будь-який інший вид діяльності, призначений для визначення використання ресурсів у грошовому вираженні. Продукція (послуги), організаційні підрозділи, види діяльності, пов'язані з витратами, є об'єктами витрат [8].

Розгляд класифікації витрат пов'язаний з групуванням витрат за економічними елементами.

Він має такі елементи:

1. Матеріальні витрати. До цих факторів належать витрати на сировину та основні матеріали, що витрачаються на виробництво, закупівлю напівфабрикатів і комплектуючих, палива та енергії, будівельних матеріалів, запасних частин, добавок та інших матеріалів.

2. Витрати на персонал. Ці елементи включають основну та додаткову заробітну плату. Заробітна плата включає всі форми оплати штатного та неповного виробничого персоналу підприємства, тобто тих, хто займається виробництвом, обслуговуванням та управлінням виробничими процесами. Не враховуються виплати працівникам, які фінансуються спеціалізованими установами.

3. Фрагменти для світських заходів. Сюди входять внески на пенсії, соціальні заходи, страхування на випадок безробіття, особисте страхування працівників компанії та інші соціальні заходи.

4. Знос. Ці фактори включають нарахування амортизації основних і

нематеріальних активів.

5. Інші операційні навантаження. Цей елемент включає експлуатаційні витрати, не включені до попереднього елемента. А саме: витрати на відрядження, послуги зв'язку, виплати фізичної допомоги, оплата розрахунків та касове обслуговування.

Групування витрат за собівартістю статей використовується для розрахунку різних об'єктів (продукції, послуг) і здійснюється за чинним нормативом виробничих витрат, затвердженим урядом.

Метою калькуляції є продукт або послуга, вартість яких розраховується і поставляється за межі підприємства, тобто на ринок.

Метою калькуляції собівартості продукції конкретного підприємства є контент-послуги (загальна назва продукції компанії), а одиницею калькуляції є кількість штук.

Загальна номенклатура статей для розрахунку ціни одиниці продукції виробничого підприємства включає такі статті витрат. Повернути відходи (зменшено); закуплені напівфабрикати та комплектуючі. Паливо та енергія для технічних цілей. Витрати на персонал (основні та додаткові); Внески у соціальні заходи; Витрати на технічне обслуговування та експлуатацію обладнання. Загальні витрати; витрати через технічні потреби. Загальні витрати; Інші витрати виробництва; Зовнішні виробничі витрати.

Сума перших дев'яти позицій становить собівартість продукції.

Ви також можете вказати витрати за конкретними критеріями класифікації.

1. Які витрати включаються, а які не входять до собівартості реалізованої продукції.

Собівартість реалізованої продукції включає собівартість виробництва реалізованої продукції протягом звітного періоду, нерозподілені накладні витрати та надлишкові виробничі витрати (стандарт 16).

Витрати на виробництво включають:

Прямі матеріальні витрати;

Прямі витрати на оплату праці;

Інші прямі витрати (особливо тягар соціального забезпечення).

Витрати на обслуговування та експлуатацію обладнання.

Накладні витрати (особливо витрати на управління оплатою праці, відрахування на соціальну діяльність управлінського персоналу, витрати на відрядження тощо. Знос основних засобів, витрати на технологію та організацію виробництва, витрати на опалення, освітлення, водопостачання та обслуговування іншого виробничого обладнання тощо).

Витрати, пов'язані з операційною діяльністю, які не входять до собівартості реалізації, відносять на адміністративні, збутові та інші операційні витрати.

2. За методом атрибуції для вартості об'єкта атрибуції вартість поділяється прямо і опосередковано.

Прямі витрати безпосередньо пов'язані з виробництвом конкретного виду продукції і можуть бути розраховані на одиницю. Накладні витрати, пов'язані з усіма виробничими процесами, а не з виробництвом конкретної продукції: утримання та експлуатація будівель, споруд, машин, заробітна плата адміністративного персоналу тощо. Накладні витрати не можуть бути розраховані безпосередньо для кожної одиниці продукції, а повинні розподілятися на основі певних характеристик (основа розподілу). На практиці накладні витрати, як правило, розподіляються пропорційно коефіцієнтам заробітної плати або машинного часу.

3. Економіка Вартість поділяється на фактори залежно від ступеня однорідності змісту.

Основна (проста) вартість має єдиний склад і має єдиний економічний зміст. До них належать матеріальні витрати, заробітна плата та витрати на соціальне страхування. Комплексні витрати встановлюються нерівномірно. Вони включають ряд факторів вартості.

4. Витрати можна поділити на постійні та змінні залежно від залежності обсягу виробництва (обсягу виробництва).

Змінні витрати - це витрати, які коливаються залежно від обсягу виробництва. Тоді її можна розділити на пропорційну і незбалансовану.

Пропорційні витрати змінюються прямо пропорційно обсягу виробництва. У цьому випадку коефіцієнт пропорційності дорівнює 1. Сюди входять сировина, основні матеріали, розрізні роботи та витрати на деталі.

Непропорційні витрати можна розділити на прогресивні та агресивні. Прогресивні витрати вищі за виробничі (множинний пропорційний фактор). Це відбувається, коли збільшення виробництва вимагає більших витрат на одиницю продукції. Дегресивна вартість зростає повільніше, ніж обсяг виробництва (пропорційність менше 1). Сюди входять різні витрати на експлуатацію машин, обладнання, інструментів тощо.

Постійні витрати — це витрати, сума яких не залежить від кількості продукції. Лише тоді, коли відбуваються великі зміни у виробництві та зміни у виробничій та організаційній структурі компанії, величина постійних витрат змінюється в геометричній прогресії та залишається постійною після цього.

5. Щодо характеру зв'язку з виробничим процесом, то всі витрати поділяються на основні витрати та загальновиробничі витрати.

Основні витрати безпосередньо пов'язані з виконанням технічного процесу. Сюди входять сировина технічного призначення, витрати на паливно-енергетичні ресурси, заробітна плата основних робітників, витрати на обслуговування та експлуатацію обладнання.

Накладні витрати пов'язані з організацією, обслуговуванням та управлінням виробництвом. Сюди входять накладні та накладні витрати.

6. За частотою виникнення всі витрати поділяються на інвестиційні та поточні витрати і пов'язані з безпосередньою діяльністю виробника, що є основною функцією підприємства. Фактор собівартості виробництва сьогодні є циклічним і безперервним.

7. Щодо участі у виробничому процесі всі витрати поділяються на виробничі та невиробничі.

8. За місцем походження всі витрати можна розділити на витрати виробництва, витрати структурної одиниці та витрати на продукцію. [8]

Управління витратами підприємства передбачає реалізацію всіх унікальних можливостей управління будь-яким об'єктом: розробку (набір) і виконання рішень, контроль їх виконання. Функція контролю витрат здійснюється через елементи циклу управління: прогнозування та планування, організація, координація та регулювання, активізація та сприяння реалізації, облік та аналіз.

Повне виконання функції управління на всіх елементах є циклом впливу підсистеми управління (суб'єкта управління) на систему управління (об'єкт управління).

Загальна схема та взаємозв'язок функцій управління витратами на підприємстві зображена на рис. 1.1.

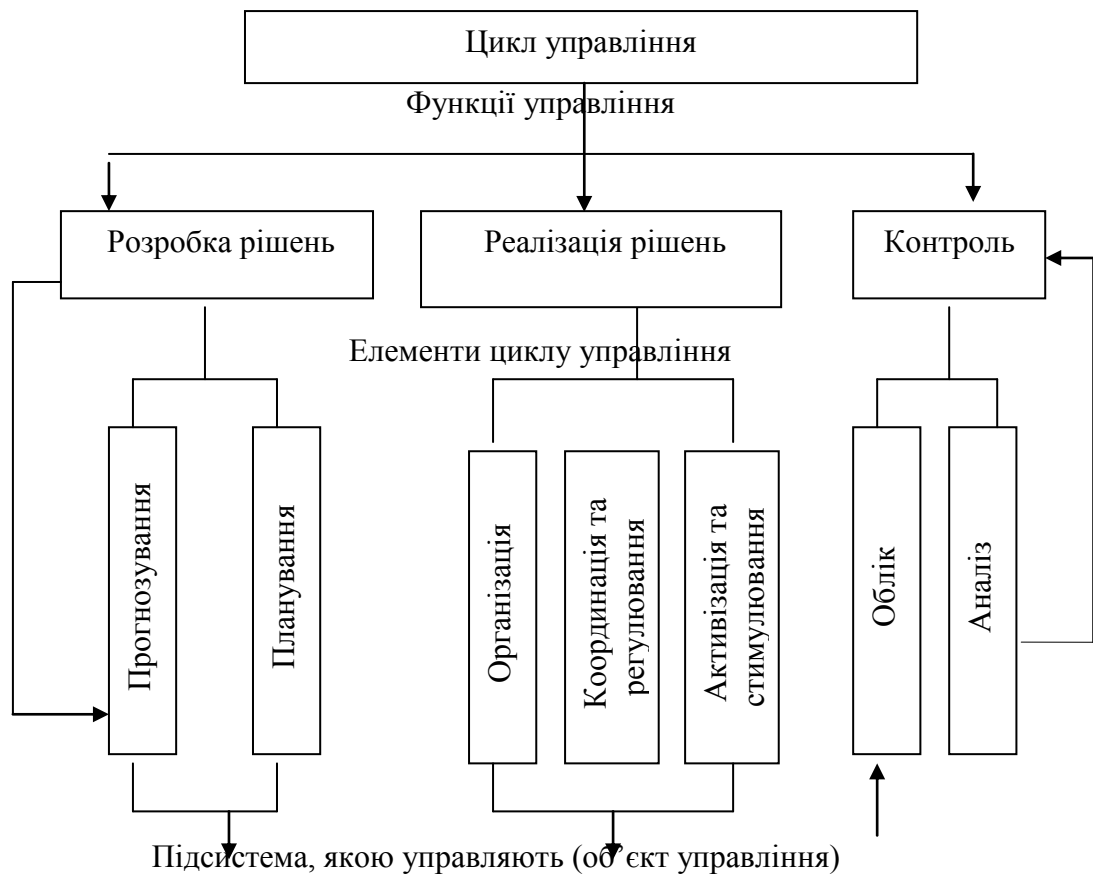


Рисунок 1.1 – Схема взаємозв'язку функцій управління витратами

Управління витратами – це виконання всього комплексу функцій циклу

управління, направлених на підвищення ефективності використання виробничих ресурсів на підприємстві. При цьому управління витратами є ширшим, більш глибоким та різноманітним, і, як наслідок, складніше сумарного управління ефективністю використання окремих виробничих ресурсів, оскільки враховує їх комплексне використання, можливу взаємозамінність та відмінності у величині та строках впливу на результати роботи підприємства.

Тому управління витратами є динамічним процесом, який передбачає управлінські дії, спрямовані на досягнення високих економічних показників [29].

Основними принципами управління витратами є:

Системний підхід до контролю витрат.

Уніфікація методів здійснюється на різних рівнях контролю витрат.

Контроль витрат на всіх етапах життя продукту - від створення до утилізації.

Органічне поєднання економії витрат і високої якості продукції (робіт, послуг).

Уникайте надмірних витрат;

Розгортання економічно ефективних методів скорочення.

Краща інформаційна підтримка на рівні вартості.

Підвищити зацікавленість виробничого відділу компанії до зниження витрат.

Дотримання всіх принципів контролю витрат створює основу для економічної конкурентоспроможності підприємства та досягнення лідируючої позиції на ринку [29].

1.2 Методологічні основи формування та інструменти аналізу витрат на підприємстві

Розгляд цього питання слід почати з визначення характеру процесу, такого як оцінка та планування витрат, у малому підприємстві. Основним завданням планування витрат є визначення очікуваних економічних результатів компанії в майбутньому.

Планування – один з елементів управління, який включає в себе вибір мети підприємства та засобів для її досягнення. Планування формує міст між існуючим становищем та тим, якого ми прагнемо досягнути в майбутньому. Основним завданням планування є зниження підприємницького ризику. План буває короткостроковим або довгостроковим. Короткострокові плани складаються на місяць, місяць і рік, а довгострокові (довгострокові) плани визначають напрямок розвитку компанії на період від 3 до 5 років (для великих компаній і більш тривалий період). Під час планування було виконано наступні завдання:

- Розрахунок вартості ресурсів, необхідних для виробництва.
- Визначити загальну собівартість продукції;
- Розрахунок собівартості продукції по кожному виду продукції.

Планові витрати розраховуються на основі структури плану продукції (номенклатури та обсягу) та обсягу виробництва. Завдання вирішується техніко-економічними розрахунками. Використовують важливі технічні нормативи, норми праці та інші параметри виробничого процесу, які визначаються технічною документацією та визначаються відповідно до економічних умов виробництва (оплата праці, ціни на ресурси, нормативи оплати, нормативи). бути до уваги. Рівень витрат компанії залежить від досвіду та креативності виробничих інженерів та організаторів, а також від точності розподілу витрат на діяльність компанії, підрозділи, виробничі одиниці та інші об'єкти або економічні кваліфікації [29]. Принципова схема процедури визначення планового об'єму витрат зображена на рис. 1.2.

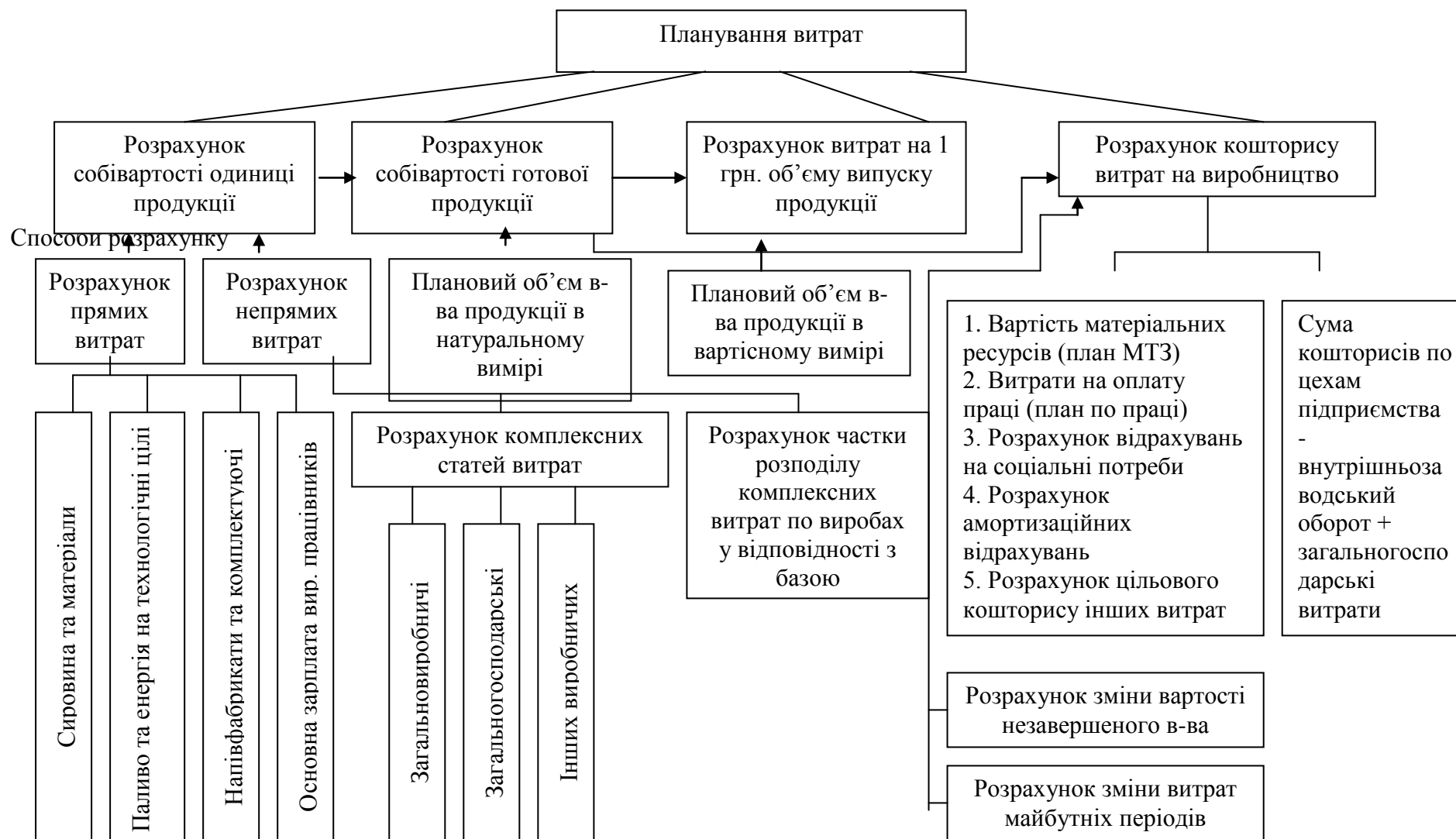


Рисунок 1.2 – Визначення об'єму витрат при поточному плануванні

Попередня оцінка допустимої величини витрат може попередити виробництво збиткової продукції. До розрахунку попередніх витрат слід приступати на стадії розробки виробу та маркетингових досліджень. Так як саме в ході конструювання, розробки технології, визначення місткості ринку закладається рівень витрат, починається планування доходів та контроль за витратами виробництва.

Допустимі витрати підприємства на виробництво та реалізацію i -го виробу $V_{\text{доп } i}$ можна розрахувати по формулі (1.1):

$$V_{\text{доп } i} = C_{\text{рин } i} / (1 + \rho_i / 100), \quad (1.1)$$

де $C_{\text{рин } i}$ – ринкова ціна i -го виробу;

ρ_i – рентабельність i -го виробу у відсотках, що розраховується як відношення прибутку до собівартості виробу.

У випадку, коли підприємство приймає рішення щодо виробництва продукції без отримання прибутку від її реалізації (наприклад для збереження робочих кадрів), $\rho_i = 0$. Верхньою межею загального об'єму допустимих витрат для підприємства по виробу в цьому випадку виступає ринкова ціна виробу.

Величину прямих матеріальних витрат V_{M_i} по i -му виробу розраховують за конструкторсько-технологічними документами i -го виробу, виходячи з норм витрат та ринкових цін на сировину та матеріали, покупних виробів, напівфабрикатів та послуг виробничого характеру сторонніх організацій, палива та енергії на технологічні цілі (формула 1.2):

$$V_{M_i} = \sum q_j \times C_j \quad (1.2)$$

де q_j - норма витрат на i -тий виріб j -тої сировини, матеріалів, покупних виробів, напівфабрикатів та послуг виробничого характеру сторонніх

організацій, палива та енергії на технологічні цілі;

C_j - ринкова ціна j -тої сировини, матеріалів, покупних виробів, напівфабрикатів та послуг виробничого характеру сторонніх організацій, палива та енергії на технологічні цілі.

Допустиму величину витрат на заробітну плату основних виробничих працівників $V_{\text{осн. прац.і}}$ визначають з врахуванням встановлених поточним планом коефіцієнта витрат на продаж $K_{\text{прод.}}$ при реалізації аналогічної продукції, коефіцієнта накладних непрямих витрат до заробітної плати основних виробничих працівників $K_{\text{накл.}}$ та коефіцієнта відрахувань на соціальні потреби до заробітної плати основних виробничих працівників Коц. н. (формула 1.3):

$$V_{\text{осн. прац.і}} = (V_{\text{доп. і}} / K_{\text{прод.}} - V_{\text{мі}}) / (1 + K_{\text{соц. н}} + K_{\text{накл.}} + K_{\text{прод.}}) \quad (1.3)$$

Допустимі витрати на основну заробітну плату працівників $V_{\text{осн. прац.}}$ визначають з врахуванням встановлених поточним планом долі витрат на продаж (комерційних витрат), накладних непрямих витрат та додаткової заробітної плати до основної заробітної плати працівників (кошторисної ставки списання накладних витрат) [29].

В контексті даного питання слід розглянути взаємозв'язок капітальних вкладень, поточних витрат та доходності підприємства.

Управління капітальними вкладеннями є одним з елементів загальної системи управління витратами підприємства, так як капітальні вкладення направлені на забезпечення перспективного рівня витрат та відповідно доходів підприємства.

Поточні витрати є об'єктом короткострокового (поточного) планування. Вони відображаються в кошторисах (річному, кварталному, місячному) для підприємства в цілому, окремих підрозділів або окремих елементів витрат.

Поточні кошториси конкретизують перспективний план з урахуванням зміни зовнішніх умов та стану підприємства.

Кошторис – важливий інструмент управління та контролю за функціонуванням підрозділів. Порівнюючи фактичний рівень різних категорій витрат з кошторисним, плановим, керівник в силі виявити відхилення та внести корективи в хід виробництва.

З метою відображення змінних умов та нової інформації доцільно здійснювати безперервне або плинне складання квартальних та місячних кошторисів.

Вихідною базою для складання кошторисів є програма збуту. Ця програма встановлює об'єм, номенклатуру та асортимент продукції, які визначають план виробництва підприємства в тих випадках, коли попит виступає фактором, який обмежує об'єм виробництва. Програма збуту є основою для планування сукупного доходу від реалізації та економічного результату – прибутку.

Процес складання кошторису має відбуватись знизу вверх – від керівників, які несуть відповідальність за ту чи іншу сферу діяльності, до тих, хто координує функціонування підприємства в цілому.

Кошториси бувають: витрат на виробництво, витрат на утримання, комплексні та цільові.

Склад витрат, що включають в той чи інший кошторис, регламентується існуючими на підприємстві інструкціями чи положеннями по плануванню, обліку та калькуляції витрат.

Існують різні способи кількісної оцінки конкретних статей кошторисів. У виробничій діяльності можна орієнтуватись на нормативні витрати як основу калькуляції собівартості об'єму випуску, запланованого в кошторисі. Відправною точкою можуть бути дані з минулих кошторисів з врахуванням зміни умов в майбутньому.

Після узгодження кошторисів їх зводять до одного узагальненого кошторису (табл. 1.1), після затвердження якого відповідні кошториси

направляються до всіх центрів відповідальності підприємства. Підсумкові дані кошторису витрат на виробництво характеризують економічну ефективність виробничого процесу. Кошторис витрат має велике значення для фінансового планування, так як служить базою для визначення потреб в оборотних коштах.

Надалі необхідно щомісячно порівнювати заплановані та фактичні витрати та переглядати плани підприємства. Якщо реальні умови відмінні від очікуваних, кошторис має бути уточнений. Складання кошторису на поточний рік слід розглядати як безперервний та динамічний процес [31].

Таблиця 1.1 – Плановий зведений кошторис витрат для здійснення основної операційної діяльності

Види витрат	Плановий рівень витрат, коп. на 1 грн. чистого доходу	Зведений кошторис витрат на плановий обсяг основної операційної діяльності (чистого доходу), тис. грн.
Матеріальні витрати	54,2	2710
Витрати на оплату праці	17,3	865
Витрати на соціальні заходи	5,1	255
Амортизація	9,7	485
Виробничі витрати	60,3	3015
Адміністративні витрати	20,4	1020
Витрати на збут	5,6	280
Разом	86,3	4315

Продовжуючи цей розділ, є огляд питань обліку витрат, управління та обліку витрат у малих підприємствах.

Облік витрат на виробництво дає реалістичні кількісні оцінки та визначає його роль в управлінні та управлінні витратами. Метою обліку є витрати, які можна класифікувати з різних причин.

Основними ознаками вартості є цілісність, точність, ефективність та надійність. Вартість дає менеджерам фінансову інформацію, необхідну для прийняття бізнес-рішень.

Залежно від цілісності та характеру використання даних бухгалтерського обліку розрізняють (фінансовий) облік та управлінський

(виробничий) облік. Бухгалтерський облік надає зацікавленим особам документовану інформацію про вартість витрачених ресурсів, результати виробництва та способи фінансування діяльності підприємства [29].

Відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», бухгалтерський облік надає фінансову інформацію про активи, зобов'язання організації та рух шляхом безперервного, безперервного та письмового обліку для всіх. Організована система збору, реєстрації та узагальнення. Торгівля.

Розвиток ринкової економіки в розвинених країнах підкреслив необхідність доповнення (фінансового) бухгалтерського (виробничого) обліку.

Управлінський облік – це загальний аналіз планування витрат, обліку та аналізу, комплексного та скороченого регулювання витрат, обліку, методів калькуляції, планування, обліку та виробничих інвестицій за видами, місцем розташування та цілям калькуляції.

Бухгалтерський (фінансовий) та управлінський облік мають ряд відмінностей – таблиця 1.2 [30].

Таблиця 1.2 – Відмінність бухгалтерського (фінансового) від управлінського обліку

Ознаки відмінності	Бухгалтерський облік	Управлінський облік
1	2	3
1. Обов'язковість ведення обліку	Вимога щорічно (щоквартально) надавати бухгалтерський звіт податковій службі відповідно до закону. Є обов'язковим та не залежить від думки керівництва підприємства щодо його корисності.	Здійснюється за необхідності підготовки інформації для вирішення керівництвом підприємства виробничих завдань, при цьому передбачається, що вигода від такої інформації перевищує витрати на її збір.
2. Ступінь точності інформації	Дані повинні бути досить точними, щоб зовнішні користувачі відносились з довірою до змісту звітів підприємства.	Диктується необхідністю оперативного прийняття багатьох рішень. Носить більш приблизний характер.

Продовження таблиці 1.2

1	2	3
3. Масштаби обліку	Дані відображені у звіті, що охоплює діяльність всього підприємства.	Може бути організований по окремим структурним підрозділам чи сферам діяльності підприємства.
4. Принципи обліку	Квартальні та річні звіти включають загальноприйняті форми звітності та складаються виходячи з загальноприйнятих норм обліку. Організовується згідно з єдиними вимогами до всіх підприємств та існуючою практикою обліку.	Організовується на підприємстві згідно з уявленнями керівників про корисність та достатність обліку для прийняття господарських рішень. Загальноприйняті норми чи юридичні вимоги до його організації відсутні.
5. Часова співвіднесеність інформації	Відображає інформацію про факти та господарські операції, що відбулись раніше та представляє її в звіті підприємства.	Крім фактичної інформації надає інформацію про передбачувані витрати та доходи, що носять прогнозний характер.
6. Частота надання інформації	Інформація відображається в звітах підприємства, які складаються всіма підприємствами з затвердженою періодичністю – кварталною, піврічною, річною.	Надається керівництву підприємства по мірі необхідності, коли виникає потреба в ній для підготовки та прийняття господарських рішень. Тому звіти по даним обліку можуть складатись щоденно, щотижня, щомісячно.

В рамках управлінського обліку калькулюється неповна собівартість. На принципах її калькулювання базуються такі системи управління витратами:

- обліку прямих витрат, або «директ-кастинг» (англ. direct-costing system);
- обліку сум покриття (нім. Deckungsbeitragsrechnung);
- обліку граничних витрат (нім. Grenzkostenrechnung).

Витрати та витрати на продукцію (робіт, послуг) є важливою частиною управлінського обліку.

Засоби контролю надають інформацію для прийняття бізнес-рішень на основі різної поведінки змінних і постійних витрат. При цьому основну роль у виборі рішення відіграє постійна вартість фірми, яка не залежить від

виробництва чи збуту [29].

У світовій практиці управління найпоширенішими методами є «директ-костинг» та нормативні методи розподілу постійних витрат.

Система «директ-костинг» має два варіанти.

Змінні витрати або прості «директ-костинг».

Змінні витрати та прямі або розвинені «директ-костинг».

Проста «директ-костинг» заснована на наступних принципах:

1. Усі витрати поділяються на змінні та постійні. Розділивши вартість на змінні та постійні, рівняння (1.4) можна використовувати для визначення загальної суми за певний період часу.

$$СВ = ЗВ \times N + ПВ, \quad (1.4)$$

де СВ – загальні (сукупні) витрати;

ЗВ – змінні витрати на одиницю продукції;

N – обсяг виробництва продукції у натуральному виразі;

ПВ – постійні витрати за даний період.

Згідно з попередньою формулою 1.5 загальні витрати на одиницю продукції становитимуть (формула 1.5):

$$В_{оп} = ЗВ + ПВ / N. \quad (1.5)$$

З наведеної вище формули ми бачимо, що зі збільшенням виробництва постійні витрати зменшуються. Отже, збільшення виробництва є важливим фактором зниження собівартості продукції. Ця закономірність є основою для аналізу залежності собівартості та прибутку від виробництва, коли необхідно визначити оптимальний варіант проектно-планувальних рішень.

2. Собівартість виробленої та реалізованої продукції розраховується лише на основі розподілу змінних витрат.

3. Порівняння змінної собівартості та ціни продажу.

Обсяг продажів зі змінними витратами = маржа змінних витрат;

4. Погашення постійних витрат за рахунок змінної маржі витрат для визначення результатів і прибутку компанії:

Змінна маржа витрат – фіксована вартість = прибуток.

Компанії досягають «мертвої точки» або «точки прориву», коли постійні витрати можна окупити за рахунок змінної маржі витрат. Іншими словами, прибуток компанії дорівнюватиме нулю.

Розроблено принцип «директ-костингу».

1. Витрати, продажі та виручка розраховуються відповідно до сфери діяльності або продукту.

2. Деякі показники маржі визначаються згідно з обліком змінних і постійних витрат.

3. Усі постійні витрати поділяються на певні прямі витрати та непрямі постійні витрати. Деякі прямі постійні витрати включають витрати, пов'язані з виробництвом і реалізацією певної продукції, наприклад, фактичні витрати на збут і витрати на спеціальні інструменти. Постійні накладні витрати – це витрати, пов'язані з діяльністю всього підприємства.

У рамках системи «директ-костингу» визначено наступні показники.

1. Змінний коефіцієнт витрат. Це визначається як відношення змінних витрат до ціни продажу.

2. коефіцієнт граничного доходу. Це визначається як відношення маржі змінних витрат до ціни продажу.

3. Граничний внесок – Перевищення доходу порівняно зі змінними витратами на певну діяльність або готовий продукт.

4. Постійна маржа (половина маржа) — це різниця між маржею змінних витрат і конкретною маржею прямих фіксованих витрат.

5. Маржа безпеки – різниця між фактичним обсягом продажів і значним обсягом продажів.

Критичні продажі визначаються на основі базового рівняння «прямих

витрат». Це рівняння має такий вигляд (Рівняння 1.6).

$$\text{Прибуток} = (\text{Ц} - \text{ЗВ}) \times \text{N} - \text{ПВ}, \quad (1.6)$$

де Ц – ціна реалізації одиниці продукції;

ЗВ – змінні витрати на одиницю продукції;

ПВ – сума постійних витрат на підприємстві за даний період;

N – обсяг виробництва продукції у натуральному виразі.

Можна розрахувати критичний обсяг виробництва (“точку беззбитковості”) конкретного продукту, де виробництво є рентабельним. У суттєвій програмі виробничих витрат і виручки від реалізації було б те ж саме, ІЕ (Рівняння 1.7) :

$$\text{ЗВ} \times \text{N}_{\text{кр.}} + \text{ПВ} = \text{Ц} \times \text{N}_{\text{кр.}} \quad (1.7)$$

Звідси

$$\text{N}_{\text{кр.}} = \text{ПВ} / (\text{Ц} - \text{ЗВ}), \quad (1.8)$$

За допомогою системи «прямих витрат» ви також можете керувати витратами та розраховувати витрати компанії та пороги відпускної ціни.

Використання методу нормативного розподілу постійних витрат покликане усунути вплив зміни навантаження на розподіл постійних витрат у обчислювальному процесі.

Цей метод заснований на наступних принципах:

1. Розмежування змінних і постійних витрат.
2. Визначити рівень регулювання діяльності за структурою та організацією компанії.
3. Включення постійних витрат до собівартості продукції за рівнем

фактичної діяльності.

При використанні методу нормативного розподілу постійних витрат уявляють формування таких видів калькуляції:

Залежно від фактичної вартості;

Залежно від оптимальної вартості;

Залежно від очікуваної вартості.

Рівень нормативної діяльності відповідає фіксованій сумі змінних і постійних витрат.

Сума постійних витрат, що включаються до собівартості продукції, визначається за рівнянням (1.9).

$$ПВ_{н} = ПВ_{ф} \times ВП_{ф} / ВП_{н}, \quad (1.9)$$

де $ПВ_{ф}$ – фактична сума постійних витрат;

$ВП_{ф}$ – фактичний випуск продукції;

$ВП_{н}$ – нормативний випуск продукції.

Відношення $ВП_{ф}/ВП_{н}$ називається коефіцієнтом нормативного розподілу.

Суть цього методу полягає у визначенні ціни стандартної одиниці продукції, що відповідає стандартному рівню діяльності, незалежно від фактичного обсягу виробництва.

За допомогою цього методу можна визначити вплив виробничих змін на структуру витрат на одиницю продукції та прибутку шляхом розрахунку додаткової собівартості на одиницю за рахунок скорочення виробництва або суми прибутку, пов'язаного із збільшенням виробництва. ..

Недоліки цього методу (заміна "прямих витрат"):

1. Важко визначити нормативну сферу діяльності.
2. Цей метод не має нічого спільного з ринковими коливаннями.
3. Витрати визначаються як об'єктивна категорія, а не суб'єктивна.

Тобто залежить від конкретних умов компанії (розміру компанії, кон'юнктури ринку, бізнес-цілей тощо) [8].

Паралельно з «новим» обліком компанії, як і раніше, зобов'язані відповідно до чинного законодавства вести податковий облік.

Згідно з українським податковим законодавством, підприємства водночас ведуть податковий облік. Це змінюється при визначенні загальної суми виручки та сукупних витрат, дати збільшення виручки та податкових витрат, але прибуток від реалізації в бухгалтерському обліку сума витрат на виробництво відповідає загальній сумі витрат.

Вартість оподаткування не відповідає фінансовим результатам виробничо-господарської діяльності підприємства. Предметом оподаткування є валовий дохід, визначений податковим обліком. Податковий облік підтверджується Рекомендацією №168, в якій використовуються рахунки №18 «Загальні витрати» та №48 «Валовий дохід» (ці рахунки недоступні в новій схемі обліку).

Згідно з українським податковим законодавством товари (роботи, послуги) продаються першими, а не оплачуються. Відповідно до цієї постанови період з дня отримання (сплати) коштів до дня визначення податкових зобов'язань та податкових кредитів переносяться на дату поставки (одержувача) товарів, товарів (робіт, послуг). Дата виникнення податкового зобов'язання визначається п. 7.3 та дата виникнення податкового кредиту (п. 7.4 та 7.5 Податкового законодавства України).

Відповідно до Указу Президента України, який набрав чинності з 01.10.98 р., автором запропоновано, як реагувати на подію Критерію 1, взявши Закон № 11/2009. 996-XIV від 16.07.99 р. :

- I. Передоплачена реалізація.
- II. Реалізація після відправлення (безкоштовно).
- III. Передоплата для постачальників продукції, товарів, матеріалів та послуг.
- IV. Якщо ви хочете відправити інвентар без оплати.

Логічним завершенням цієї проблеми є з'ясування сутності управління та аналізу витрат у МСП.

Управління витратами є важливою складовою системи управління витратами, без нього неможливо було б виконувати інші функції. Основними завданнями управління витратами є:

Моніторинг – систематичний моніторинг динаміки витрат і факторів впливу.

Виявлення відхилень від планового значення показника реального рівня витрат.

Аналіз відхилень, демонстрація необхідності регулюючих заходів під час виконання планових завдань, участь у розробці.

Залежно від ряду факторів (характер контрольованого показника, рівень календарного узагальнення, призначення результатів контролю) періодичність контрольних операцій може змінюватися. Виходячи з цього, зараз існує регулярний і разовий контроль.

Керівництво тепер працює щодня та постійно контролює рух реальних активів, робочих процесів та продуктів. Основним інструментом є оперативний облік. Цей тип контролю дозволяє своєчасно реагувати на небажані відхилення під час виробництва.

Періодичний контроль проводився на регулярній основі. Основним інструментом є узагальнення даних бухгалтерського та оперативного обліку за показниками, керованими у звітності.

Одноразові засоби контролю не мають заздалегідь визначеної процедури та мети. Зміст визначається в кожному конкретному випадку. У більшості випадків це вимагає інвентаризації активів (реальних, фінансових), аудиту діяльності або аудиту.

Залежно від часу здійснення виділяють такі види контролю: проміжні; останній.

За допомогою функцій обліку та аналізу системи управління витратами встановлюється механізм управління відхиленнями. Це характеризується

тим, що зворотний зв'язок спрямовується від виходу системи контролю до органу влади. Орган управління визначає фактичні результати роботи об'єкта контролю виходячи з неприпустимої невідповідності запланованих результатів і фактичних результатів.

Виправлення відхилень від фактичних показників того, що планується у випадку управління відхиленнями, має вирішувати необхідність дослідження причин цих відхилень. Економічне обґрунтування доцільності дослідження окремих відхилень через деякі практичні обмеження не є тривіальним питанням. Як наслідок, єдиного підходу до завершення не існує. Компанії можуть досліджувати всі відхилення від контрольованих показників або вибірково досліджувати, а в деяких випадках ігнорувати їх усі. Для аналізу відхилень вибірки використовувалися експертні оцінки та обладнання для статистичного моделювання.

Для виконання контрольних операцій шляхом порівняння фактичних і планових витрат слід керуватися порівняльними критеріями цих показників. Це означає, що зміст і методика розрахунку планових і фактичних вартісних показників повинні бути однаковими.

При порівнянні абсолютних витрат планові витрати слід перенести на фактичне виробництво для забезпечення порівняльних умов. Цей перерахунок виконується за допомогою функції вихідної собівартості, яка базується на поділі всіх витрат на постійні та змінні, а всі змінні витрати вважаються пропорційними. Отже, рівняння 1.10 функції вартості має такий вигляд (Рівняння 1.10):

$$C = N \times C_{з.о} + C_{п}, \quad (1.10)$$

де C – загальні витрати за певний період, грн;

N – обсяг виготовленої продукції у натуральному вимірі;

$C_{з.о}$ – змінні витрати на одиницю продукції, грн.;

$C_{п}$ – постійні витрати за розрахунковий період, грн.

Для розрахунку планової собівартості формула функції витрат модифікується з урахуванням того, що оцінки змінних витрат наводяться в абсолютних значеннях, а не в одиницях продукції.

Тоді рівняння функції вартості 1.11 має такий вигляд:

$$C = C_3 \times I_{пл} + C_{п}, \quad (1.11)$$

де C_3 – змінні витрати, грн.;

$I_{пл}$ – індекс виконання плану (співвідношення фактичного і планового обсягів випуску) [11].

Аналіз включає вивчення собівартості виробництва та реалізації продукції (робіт, послуг) з основним видом діяльності з точки зору економічних факторів.

Аналіз проведено шляхом порівняння реальної частки витрат економічних факторів звітного періоду з тими ж показниками та плановими даними попереднього періоду.

Такий підхід дозволяє виявити зміни в структурі собівартості та зміни матеріаломісткості продукції, фондомісткості та трудомісткості. Зменшення частки коштів на оплату праці свідчить про підвищення інтенсивності. На малюнку 1.3 показана структура аналізу витрат у компанії.

При аналізі зміни відношення матеріальних витрат до загальних витрат на виробництво та реалізацію продукції (робіт, послуг) слід також враховувати збільшення вартості послуг сторонніх організацій за видами та пояснення причин зростання. суддя.

Зменшення коефіцієнта собівартості матеріалу обумовлено відносним збільшенням коефіцієнта собівартості праці за рахунок структурних змін у складі продукції.

Зміни коефіцієнта амортизації до загальних витрат відображають інтенсивність виробничого капіталу та динаміку запасу трудового капіталу, а

також зміни нових способів нарахування амортизації.

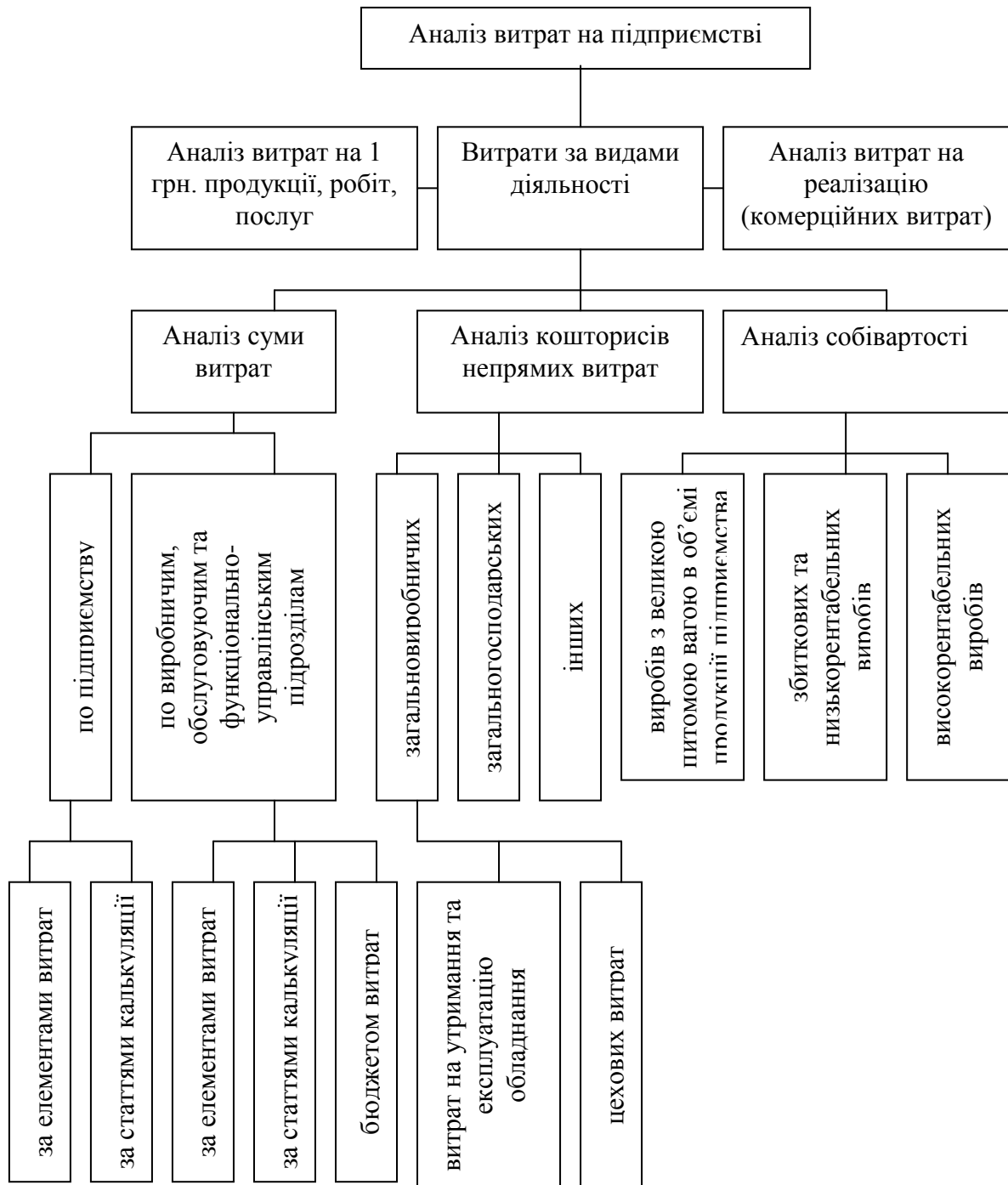


Рисунок 1.3 – Схема аналізу витрат на підприємстві

Зменшення відсотка амортизаційних відрахувань свідчить про значне пошкодження або вибуття основних засобів, а збільшення відсотка цих витрат, пов'язане зі стрімким зносом обладнання або впровадженням у виробництво нового обладнання, може мати місце.

Тому аналіз загальних витрат підприємства за економічними

факторами повинен виявити конкретні причини зміни суми витрат через ці структурні фактори.

Обчислюючи собівартість товару та аналізуючи вартість продукту (робіт, послуг), ви можете визначити, які товари принесли вам економію порівняно з попередніми періодами чи планами, а на які позиції допускаються перевитрати.

Однією з причин коливання собівартості товарів прямої собівартості є збільшення (або зменшення) кількості продукції (робіт, послуг) та структурні зміни.

Причинами прямих змін собівартості матеріалів є також зміна нормативів собівартості та цін на матеріали, паливо, енергію, покупну продукцію, напівфабрикати, сторонні виробничі послуги.

Вплив факторів взаємодії на зміну прямих матеріальних витрат основних виробничих робітників і прямих витрат на заробітну плату визначається шляхом аналізу собівартості продукції (робіт, послуг) окремих видів і підрозділів.

Причини зміни витрат на підготовку та розробку виробництва було визначено шляхом порівняння звіту з кошторисом витрат минулого року.

Для кожного з цих типів конфігурацій було проведено інший аналіз витрат на виробництво та виявив, чому вони змінилися у звітному році порівняно з попереднім [29].

Тому аналіз загальних витрат підприємства за економічними факторами повинен виявити конкретні причини зміни суми витрат через ці структурні фактори.

Обчислюючи собівартість товару та аналізуючи вартість продукту (робіт, послуг), ви можете визначити, які товари принесли вам економію порівняно з попередніми періодами чи планами, а на які позиції допускаються перевитрати.

Однією з причин коливання собівартості товарів прямої собівартості є збільшення (або зменшення) кількості продукції (робіт, послуг) та структурні

зміни.

Причинами прямих змін собівартості матеріалів є також зміна нормативів собівартості та цін на матеріали, паливо, енергію, покупну продукцію, напівфабрикати, сторонні виробничі послуги.

Вплив факторів взаємодії на зміну прямих матеріальних витрат основних виробничих робітників і прямих витрат на заробітну плату визначається шляхом аналізу собівартості продукції (робіт, послуг) окремих видів і підрозділів.

Причини зміни витрат на підготовку та розробку виробництва було визначено шляхом порівняння звіту з кошторисом витрат минулого року.

В організаційній складовій інформаційних систем ви навчитеся набору методів та засобів удосконалення організаційної структури функцій управління та адміністрування. Іншими словами, визначте персонал і створіть посадові інструкції для адміністративного персоналу з комп'ютеризованої точки зору.

1.3 Нормативно-правове забезпечення обліку та аналізу витрат діяльності підприємства

Облік витрат підприємства регулюється положеннями, інструкціями, інструкціями тощо. Організаційна підтримка та інформація щодо витратної діяльності включають:

Основним законом у сфері бухгалтерського обліку є Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XIV від 16 липня 1999 року. Відповідно до цього закону розробляються правила, що регулюють облікову діяльність та визначають принципи її роботи [46].

НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» № 73 від 07.02.2013 р. НП(С)БО 1 визначає відображення витрат у Звіті про фінансові

результати (Звіті про сукупний дохід) [33].

Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» № 318 від 31.12.1999 р. П(С)БО 16 регламентує формування в бухгалтерському обліку інформації про витрати підприємства та її розкриття в фінансовій звітності. [42].

Податковим кодексом України встановлено порядок відображення витрат діяльності будь-якого підприємства за даними бухгалтерського обліку [40].

Окремого міжнародного стандарту, який показує методологію обліку витрат і порядок їх розкриття, у фінансовій звітності не існує, тому питання, що пов'язані з поняттям оцінки, визнання та класифікації витрат, розкриваються у Концептуальній основі складання та подання фінансових звітів МСФЗ 1 «Подання фінансових звітів», МСФЗ 2 «Запаси», МСФЗ 16 «Основні засоби». Наведене у П(С)БО 16 «Витрати» визначення витрат, частково таке ж як і поняття витрат у МСФЗ.

Тлумачення поняття «витрат» в нормативно-правових актах, які є чинними різне, тобто одне визначення стосується фінансових результатів, які визначаються в фінансовому обліку, а зовсім інше значення цілей оподаткування в податковому обліку.

Тому українська законодавча база регламентує ключові положення щодо організації та ведення обліку витрат, особливо відображення в бухгалтерському обліку, в тому числі готової продукції, загальних витрат, а також дотримання калькуляції витрат і виручки підприємства.

Аналізуючи нормативну базу, можна визначити, що в Україні загалом є законодавча база для контролю за обліком та аналізом корпоративних витрат.

Однак нормативно-правова база не є всеохоплюючою і вимагає певного регулювання та роз'яснень щодо виробничих витрат. Це можливо, якщо вітчизняні стандарти бухгалтерського обліку близькі до міжнародних. Процес тривалий, але Україна поступово рухається в цьому напрямку.

Для покращення нормативно-правових актів України щодо обліку та

аналізу витрат і доходів підприємств та одержання потрібного результату від їх використання ми пропонуємо виконати поставлені завдання:

1. Забезпечити проведення повної інвентаризації всіх нормативно-правових актів України, які мають зв'язок з обліком і аналізом витрат та доходів для того, щоб виявити повторення пунктів даних актів та непередбачених ситуацій.

2. Створити та оновлювати довідково-інформаційну базу підприємств з питань обліку, аналізу, оподаткування щодо доходів і витрат, які виникли протягом звітного періоду.

3. Головні бухгалтери, аудиторів та ревізорів повинні вести робочі записи щодо неоднозначних моментів у нормативно-правових актах та ділитися з іншими особами сформованими висновками через фахові бухгалтерські видання.

Вся діяльність суб'єктів господарювання пов'язана з вартістю матеріалів, праці та інших ресурсів, вартість яких визначається ринком. У системі корпоративного управління основними цілями є облік, аналіз і контроль загальногосподарських витрат за видами, цілями та термінами їх здійснення.

Побудова чіткого обліку витрат у відповідь на зміни в організації та технології управління включає виробничо-господарську діяльність підприємства, оподаткування, бухгалтерські баланси, звіти про фінансові результати, різноманітні фінансові звіти тощо [48]

Основну мету обліку операційних витрат можна розглядати як контроль виробничої діяльності та контроль витрат, необхідних для її здійснення.

Основним завданням організації для обліку витрат компанії є забезпечення того, щоб:

- Керувати компанією для прийняття управлінських рішень.

- Моніторинг і контроль рівня реальних витрат у порівнянні зі стандартними сумами та планування виявлення відхилень і формування

майбутніх економічних стратегій.

- Точна та повна документація та своєчасне відображення обліку витрат на діяльність.

- Надає повну, достовірну та неупереджену інформацію про операційні витрати для точної оцінки та оцінки операційних витрат та для цілей управління.

- Розрахунок собівартості виробленої продукції для оцінки готової продукції та розрахунку фінансових результатів.

- Виявити та оцінити економічні результати діяльності структурних підрозділів.

- Систематизація інформації про управлінські витрати для прийняття управлінських рішень з довгостроковими характеристиками (відновлення виробничих програм, рентабельності продукції, ефективності капітальних вкладень тощо) [39, с. 45].

У обліку витрат обробка та виконання ключових матеріалів має важливе значення для точного та прозорого обліку.

Правило № 88 про документальне забезпечення бухгалтерських записів, затверджене наказом Міністерства фінансів України від 24 травня 1995 р., вимагає, щоб основні документи готувалися під час кожної операції або невдовзі після цього, це неможливо. . Готово.

Основний документ, включаючи папір і машиночитані носії, вимагає внесення необхідних реквізитів: назва компанії, установи, де створено документ. Назва документа (форма); код форми; дата і місце складання. Зміст комерційної операції та її розмір (вид і вартість). Назва, ім'я та підпис особи, відповідальної за затвердження та виконання угоди, а також точність оформлення.

Бухгалтерськими документами, які є підставою для визначення витрат діяльності, виступають:

- по амортизації – «Розрахунок нарахування амортизації основних засобів та інших необоротних активів» (форма № ОЗ-5) Розрахунок

використовують для визначення річної суми амортизації на 1 січня. Щомісячно також складають «Відомість нарахування амортизації основних засобів та інших необоротних активів, які надійшли або вибули» (форма № ОЗ-6). На підставі цих документів складається зведений звіт про амортизацію основних засобів та інших необоротних активів (форма ОЗ-7). Зафіксувати розподіл амортизації за даними обліку, одержання та вибуття суми амортизації, нанесеної протягом місяця. [50].

Коли ви використовуєте запаси для виробничих потреб, вони амортизуються на витрати на основі таких важливих документів:

– по малоцінних та швидкозношуваних предметах – «Акт на списання малоцінних та швидкозношуваних предметів» (форма № МШ-8). Ця практика використовується для утилізації старої, зношеної та непридатної для використання техніки, спецодягу, взуття, пристроїв безпеки після закінчення терміну експлуатації та інших недорогих пошкоджених речей і здачі їх на газон.

– грошових коштів – «Видатковий касовий ордер» (форма № КО-2). ВКО оплачує кошти з каси підприємства під час відправлення грошей в банк, оплачує рахунки постачальникам та інші борги, виплачує заробітну плату та інші платежі, виплачує кошти працівникам підприємства, використовується для реєстрації операцій. Документ також вноситься до журналу реєстрації та має порядковий номер.

– заробітної плати – «Табель обліку використання робочого часу» (форма № П-5), – також складена на його підставі «Розрахунково-платіжна відомість» (форма № П-7). Це використовується для нарахування та видачі зарплат і пенсій працівникам усіх категорій [50].

Бухгалтерськими документами, які є підставою для визначення суми інших витрат, є: виписка з банку, «Акт на списання основних засобів», «Акт на списання автотранспортних засобів», «Акт про уцінку товарно-матеріальних цінностей», «Товарно-транспортна накладна», «Наряд на відрядну роботу» (індивідуальний і для бригади) та ін.

Розрахунки (довідки), які здійснюють працівники бухгалтерії, використовуються для здійснення щомісячної амортизації управління фінансовими результатами та інших витрат.

Тому комерційні операції на момент здійснення в компанії базуються на першоджерелах.

Виробнича собівартість — це комплексний показник, що характеризує всі аспекти виробничої та фінансово-господарської діяльності підприємства. Рівень прибутку залежить від рівня собівартості продукції за інших конкретних обставин. Чим економніше підприємство використовує матеріали, робочу силу та ресурси для виробництва товарів, робіт і послуг, тим ефективніший виробничий процес і вищий рівень прибутку та прибутку [13].

Рахунок 90 «Собівартість реалізації» –активний, дебет рахунку 90 базується на довідках бухгалтерського обліку, рахунках-фактурах та рахунках-фактурах, що відображають собівартість виробництва проданих товарів, операцій та послуг. Фактична собівартість товарів, проданих у позику (без урахування маржі за операцією) - Амортизація на закриття дебетової ротації рахунку 79 «Фінансові результати», проведена за бухгалтерською довідкою. Рахунок 90 «Собівартість» має такі субрахунки:

- на рахунку 901 «Собівартість реалізованої готової продукції», фіксується виробнича собівартість реалізованої готової продукції.;
- на рахунку 902 «Собівартість реалізованих товарів» призначений для відображення собівартості реалізованої продукції;
- на рахунку 903 «Собівартість реалізованих робіт і послуг», ведеться облік основних витрат на роботи та послуги, понесені протягом звітного періоду.

Загальновиробничими є витрати, пов'язані з обслуговуванням основних і допоміжних цехів і управлінням ними.

Рахунок 91 «Загальновиробничі витрати» – активний, витратний, збірно-розподільчий. За дебетом рахунку 91 «Загальновиробничі витрати»

відображається сума визнаних витрат, за кредитом – щомісячне з відповідним розподілом списання на рахунки 23 «Виробництво» та 90 «Собівартість реалізації». Аналітичний облік ведеться за місцями виникнення, центрами і статтями (видами) витрат або елементами [4].

На рахунку 92 «Адміністративні витрати» відображаються загальногосподарські витрати, пов'язані з управлінням та обслуговуванням підприємства. За дебетом рахунку 92 «Адміністративні витрати» відображається сума визнаних адміністративних витрат, за кредитом – списання на рахунок 79 «Фінансові результати».

На рахунку 93 «Витрати на збут» ведеться облік витрат, пов'язаних із збутом (реалізацією, продажем) продукції, товарів, робіт і послуг. За дебетом рахунку відображається сума визнаних витрат на збут, за кредитом – списання на рахунок 79 «Фінансові результати».

На рахунку 94 «Інші витрати операційної діяльності» ведеться облік витрат операційної діяльності підприємства, крім витрат, які відображаються на рахунках 90 «Собівартість реалізації», 91 «Загальновиробничі витрати», 92 «Адміністративні витрати», 93 «Витрати на збут».

За дебетом рахунку 94 «Інші витрати операційної діяльності» відображається сума визнаних витрат, за кредитом – списання на рахунок 79 «Фінансові результати».

Рахунок 94 «Інші витрати операційної діяльності» має такі субрахунки:

– на субрахунку 941 «Витрати на дослідження і розробки» ведеться облік витрат, пов'язаних з дослідженнями та розробками, що здійснює підприємство, якщо такі дослідження та розробки відповідають Положенню (стандарту) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи»;

– на субрахунку 942 «Собівартість реалізованої іноземної валюти» відображається балансова вартість реалізованої іноземної валюти на дату її реалізації;

– на субрахунку 943 «Собівартість реалізованих виробничих запасів» ведеться облік собівартості реалізованих виробничих запасів (сировини,

матеріалів, відходів тощо);

– на субрахунку 944 «Сумнівні та безнадійні борги» узагальнюється інформація про нарахування резерву сумнівних боргів на заборгованість, за реалізовану продукцію, товари, роботи і послуги та про суму списання поточної дебіторської заборгованості, що визнана безнадійною та утворення якої не було пов'язано з реалізацією продукції, товарів, робіт і послуг;

– на субрахунку 945 «Втрати від операційної курсової різниці» ведеться облік втрат за активами й зобов'язаннями операційної діяльності підприємства від зміни курсу гривні до іноземної валюти;

– на субрахунку 946 «Втрати від знецінення запасів» ведеться облік втрат, пов'язаних із знеціненням (уцінкою) запасів, відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»;

– на субрахунку 947 «Нестачі і втрати від псування цінностей» ведеться облік нестач грошових коштів та інших цінностей і втрат від псування цінностей, що виявлені в процесі заготовлення, переробки, збереження, та реалізації, якщо на час установа нестачі винуватця не встановлено. Одночасно із списанням цінностей, винних у нестачі яких не встановлено, на витрати, балансова вартість списаного активу зараховується на позабалансовий рахунок 07 «Списані активи»;

– на субрахунку 948 «Визнані штрафи, пені, неустойки» ведеться облік визнаних економічних санкцій за невиконання підприємством законодавства та умов договорів;

– на субрахунку 949 «Інші витрати операційної діяльності» узагальнюється інформація про такі витрати операційної діяльності, які не знайшли відображення на інших субрахунках рахунку 94 «Інші витрати операційної діяльності», зокрема витрати житлово-комунальних і обслуговуючих господарств, дитячих дошкільних закладів, будинків відпочинку, санаторіїв та інших закладів оздоровчого та культурного призначення тощо [13].

На рахунку 95 «Фінансові витрати» ведеться облік витрат фінансової

діяльності підприємства.

За дебетом рахунку відображається сума визнаних витрат, за кредитом – списання на рахунок 79 «Фінансові результати», а також на рахунки обліку витрат з придбання, будівництва, створення, виготовлення, виробництва, вирощування і доведення кваліфікаційного активу до стану, у якому він придатний для використання із запланованою метою або продажу, відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 31 «Фінансові витрати».

– на субрахунку 951 «Відсотки за кредит» ведеться облік витрат, пов'язаних з нарахуванням та сплатою відсотків, процентів тощо за користування кредитами банків;

– на субрахунку 952 «Інші фінансові витрати» ведеться облік витрат, пов'язаних із залученням позикового капіталу, зокрема витрат, пов'язаних з випуском, утриманням та обігом власних цінних паперів; нарахуванням відсотків за договорами кредитування (крім банківських кредитів), фінансової оренди тощо.

На рахунку 96 «Втрати від участі в капіталі» ведеться облік втрат від зменшення вартості інвестицій, облік яких ведеться за методом участі в капіталі, що виникають в процесі інвестиційної діяльності підприємства.

Метод участі в капіталі – метод обліку інвестицій, згідно з яким балансова вартість інвестицій збільшується або зменшується на суму відповідно збільшення або зменшенні частки інвестора у власному капіталі об'єкта інвестування.

Основні вимоги до обліку інвестицій викладені в Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 12 «Фінансові інвестиції». За дебетом рахунку відображається сума визнаних втрат, за кредитом – списання на рахунок 79 «Фінансові результати». Аналітичний облік по рахунку 96 «Втрати від участі в капіталі» ведеться в розрізі субрахунків на яких зазначається:

– на субрахунку 961 «Втрати від інвестицій в асоційовані підприємства» ведеться облік втрат, пов'язаних зі зменшенням частки

інвестора в чистих активах об'єкта інвестування внаслідок одержання асоційованими підприємствами збитків;

– на субрахунку 962 «Втрати від спільної діяльності» ведеться облік витрат, пов'язаних зі зменшенням частки інвестора в чистих активах об'єкта інвестування внаслідок одержання спільними підприємствами збитків;

– на субрахунку 963 «Втрати від інвестицій в дочірні підприємства» ведеться облік витрат, пов'язаних зі зменшенням частки інвестора в чистих активах об'єкта інвестування внаслідок одержання дочірніми підприємствами збитків [16].

Відображення сум визначених втрат від участі в капіталі в даних бухгалтерського обліку інвестора здійснюється на підставі звітності об'єкта інвестування та здійснених на її підставі відповідних розрахунків інвестором, які оформляються у вигляді бухгалтерських довідок (розрахунків).

На рахунку 97 «Інші витрати» ведеться облік витрат, що виникають в процесі звичайної діяльності (крім фінансових витрат), але не пов'язані з виробництвом або реалізацією основної продукції (товарів) та послуг, а також витрати страхової діяльності.

За дебетом субрахунків 971-977 відображається сума визнаних витрат, за кредитом – списання на рахунок 79 «Фінансові результати». Рахунок 97 «Інші витрати» має такі субрахунки на яких відображається наступна інформація:

– на субрахунку 971 «Собівартість реалізованих фінансових інвестицій» відображається балансова вартість реалізованих фінансових інвестицій (на дату їх реалізації) та інші витрати, пов'язані з їх реалізацією;

– на субрахунку 972 «Втрати від зменшення корисності активів». На даному субрахунку «Втрати від зменшення корисності активів» відображаються втрати від зменшення корисності активів які визнаються відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 28 «Зменшення корисності активів»;

– на субрахунку 974 «Втрати від не операційних курсових різниць»

відображаються втрати за активами й зобов'язаннями не операційної діяльності підприємства від зміни курсу гривні до іноземної валюти;

– на субрахунку 975 «Уцінка необоротних активів і фінансових інвестицій» відображається сума знецінення (уцінки) необоротних активів і фінансових інвестицій;

– на субрахунку 976 «Списання необоротних активів» відображається залишкова вартість списаних необоротних активів та витрати, пов'язані з їх ліквідацією (розбирання, демонтаж);

– на субрахунку 977 «Інші витрати звичайної діяльності» відображаються інші витрати звичайної діяльності, які не знайшли відображення на інших субрахунках рахунку 97 «Інші витрати» [16].

За дебетом субрахунку відображаються страхові суми і страхові відшкодування, що виплачені страховиками за договорами страхування (перестраховування), за кредитом списання па рахунок 79 «Фінансові результати».

– на субрахунку 979 «Перестраховування» ведеться облік витрат, що складаються із сум часток страхових платежів, які сплачуються перестраховикам за договорами перестраховування;

За дебетом субрахунку відображаються суми часток страхових платежів, які сплачуються перестраховикам, за кредитом – відображаються повернуті перестраховиками частки страхових платежів (страхових внесків, страхових премій) у разі дострокового припинення дії договору перестраховування.

Щомісяця сальдо субрахунку списується в кореспонденції з субрахунком 703 «Дохід від реалізації робіт і послуг».

Рахунок 98 «Податок на прибуток» призначений для ведення обліку суми витрат з податку на прибуток, яка складається з поточного податку на прибуток з урахуванням відстроченого податкового зобов'язання і відстроченого податкового активу і визначається відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 17 «Податок на прибуток». За дебетом

рахунку відображується нарахована сума податку на прибуток. За кредитом включається до фінансових результатів на рахунку 79 «Фінансові результати».

Рахунок 98 «Податок на прибуток» має такі субрахунки на яких ведеться:

– на субрахунку 981 «Податок на прибуток від звичайної діяльності», ведеться облік нарахованої суми податку на прибуток від звичайної діяльності, що визначається від прибутку, відображеного в бухгалтерському обліку (незалежно від суми прибутку для цілей оподаткування). На цьому субрахунку відображається сума податку на прибуток, яка визначається без зменшення на суму зменшення податку на прибуток, внаслідок обчислення податку на прибуток від алгебраїчної суми прибутку від звичайної діяльності та збитку від надзвичайних подій (згорнутий результат);

– на субрахунку 982 «Податок на прибуток від надзвичайних подій» ведеться облік нарахованої суми податку на прибуток від надзвичайних подій.

Облік втрат і витрат, пов'язаних з подіями або операціями, які відрізняються від звичайної діяльності підприємства, та не очікується, що вони повторюватимуться періодично або в кожному звітному періоді ведеться на рахунку 99 «Надзвичайні витрати» [16]. За дебетом рахунку відображається сума визнаних витрат, за кредитом – списання на рахунок 79 «Фінансові результати».

Надзвичайні витрати включають негайні збитки в результаті події та витрати на вжиття заходів щодо запобігання та ліквідації таких наслідків (відшкодування, виплати третім особам, відновлювана праця). матеріальні витрати).

Рахунок 99 «Надзвичайні витрати» має такі субрахунки на яких відображається:

– на субрахунку 991 «Втрати від стихійного лиха» ведеться облік втрат від стихійного лиха (повінь, землетрус, град тощо);

– на субрахунку 992 «Втрати від техногенних катастроф і аварій» ведеться облік втрат, понесених підприємством у результаті техногенних катастроф і аварій, що сталися на самому підприємстві чи іншому підприємстві;

– на субрахунку 993 «Інші надзвичайні витрати» ведеться облік втрат від інших надзвичайних подій;

Надзвичайні витрати включаються до фінансової звітності за вирахуванням суми, на яку зменшується податок на прибуток від діяльності підприємства внаслідок збитків від надзвичайних подій [9].

Висновки до 1 розділу

1. Зниження затрат цікавить в управлінні компанією чи організацією, тобто не тільки вищим керівництвом, а й усіма структурними частинами, і в першу чергу виробництвом, від якого найбільше залежить загальна вартість компанії (організації). Для зниження витрат. Такі пільги працівникам виробничої сфери має надаватися спеціальною системою матеріального та морального заохочення, розробленою та закріпленою колективними договорами та підтримуваною колективними договорами. Для робітників, спеціалістів та керівників, які є працівниками логістичних служб, мають бути передбачені та розроблені індивідуальні умови заохочення. Ці умови підтримки слід регулярно переглядати та уточнювати.

2. ПКУ не передбачає коригування фінансових результатів до оподаткування, пов'язаних із витратами на виробництво, при визначенні того, чи є підприємство об'єктом оподаткування. Перелік постійних і змінних загальновиробничих витрат встановлюється підприємством самостійно в обліковій політиці і також є реальним показником нормальної потужності. Значення залежить від розміру нормативних накладних витрат. Вона входить у собівартість продукції. Це безпосередньо пов'язано з вартістю відповідного періоду. Надлишкові витрати безпосередньо

включаються в фактичні витрати періоду i , отже, впливають на продуктивність за цей період, а не на час, коли продукт повністю продається. Тому є «рентабельність» у частині мінімізації суми податку на прибуток підприємств.

3. Класифікація витрат за характером (наприклад, амортизація, придбання матеріалів, транспортні витрати, надбавки працівникам, витрати на рекламу) або одна із «витрат на збут» згідно з МСБО 1 «Подання фінансової звітності». Рекомендується для класифікації за функціями, як відділ (Приклади: продаж, державна та адміністративна діяльність.) Отже, згідно з МСФЗ витрати визнаються на основі прямого порівняння витрат і доходів для певної статті доходу від однієї операції чи іншої події. Воно включає одночасне визнання доходу та Витрати, що формуються безпосередньо і одночасно. Відповідно до П(С)БО № про корпоративний капітал, таким чином, одним із напрямів державного регулювання обліку витрат виробництва є значна кількість підприємств, які використовують старі методичні матеріали.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА УПРАВЛІННЯМ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

2.1 Організаційно-економічна характеристика підприємства

На сьогоднішній день КП «ІМПА» входить в п'ятірку найбільших контент-провайдерів України. Також, згідно думки незалежних експертів журналів «Бізнес» та «E-Mobile», платні сервіси, що надаються даною компанією, увійшли в четвірку найкращих, представлених на українському ринку мобільного зв'язку та телекомунікацій.

КП «ІМПА» створено з метою прискорення розвитку науки і техніки, розвитку внутрішніх ринкових відносин, формування ринків збуту товарів і послуг, підвищення насичення шляхом впровадження виробництва, торгівлі та розвитку науки і техніки. відносини, виставки, біржова діяльність для вирішення економічних і соціальних проблем та отримання прибутку.

Відповідно до Статуту, діяльність компанії в Україні:

- Швидке формування ринку комп'ютеризації, комп'ютерного програмного забезпечення, комунікацій, програмно-апаратних систем та супутніх послуг. Комплексні мережеві рішення в області інформаційних технологій.

- Продаж контент-послуг для мобільних телефонів;
- Здійснення видавничої діяльності;
- Надає послуги в сферах ефективності та розробки систем, виробництва, впровадження, обслуговування, дослідження та технічного захисту інформації.

- Впроваджувати досягнення науки і техніки, проводити науково-дослідні та конструкторські роботи щодо перспективних нових технологій в інформатиці, промисловості та інших галузях економіки.

– Проектування, монтаж, тестування та гарантійна підтримка системи структурованої електропроводки.

– Створення та придбання засобів, техніки та обладнання для переобладнання техніки виробництва, інжинірингу, розробки та впровадження, наприклад «ноу-хау» винаходу.

Підприємство співпрацює в своїй діяльності, а також здійснює спільні акції та кампанії з такими телевізійними каналами, як Новий канал, ТВ-4, НТН.

Партнерами підприємства є різноманітні видання та інші організації, кількість яких досягає сотні.

В даний час підприємство співпрацює з лідером у сфері цифрових технологій, компанією Самсунг Електронікс Україна.

Всі ці заходи безумовно сприяють розвитку підприємства, отриманню досвіду від передових компаній, формуванню організаційної культури в кращих традиціях ведення бізнесу.

Підприємство має унікальну технологію свого функціонування, створену висококваліфікованими програмістами. Це надає певні переваги перед фірмами-конкурентами.

Можна виділити дві складових в діяльності підприємства, які потребують головної уваги, – це програмне забезпечення технологічного процесу та бази даних, а також, – персонал підприємства, головними вимогами до яких мають бути професійність, компетентність, цілеспрямованість.

Підприємство територіально знаходиться в м. Києві, в Києво-Святошинському с. П.П. Борщегівка, де орендує офісне приміщення. Філії та представництва відсутні.

Формою власності Підприємства є колективна форма власності, яка має код 20 за КФВ. Підприємство використовує в своїй діяльності переважно безготівкову форму розрахунків.

З моменту свого заснування кількість власників Підприємства

налічувала 2 особи. На сьогоднішній день вона збільшилась до 4 осіб.

Всі власники є фізичними особами, один з яких є технічним директором Підприємства. Статутний капітал Підприємства становить 60 тис. грн. і розподіляється в наступному порядку:

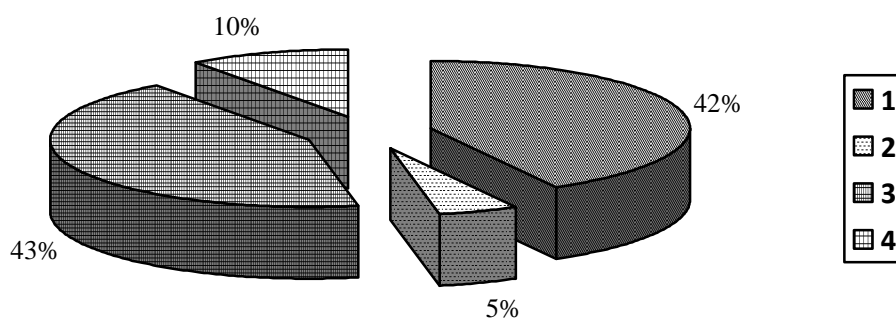


Рисунок 2.1 – Розподіл статутного капіталу КП «ІМПА» між його власниками

З огляду на попередньо наведені дані, можна зробити наступні висновки:

– два власники мають приблизно однакові долі у статутному капіталі 42 % та 43 %, що надає їм право контролю за діяльністю Підприємства;

– інші власники – фізичні особи (10%) мають право на скликання позачергових Загальних зборів Засновників, якщо це рішення буде одностайним, і (5 %) – власник, який має найменший вплив на діяльність Підприємства.

Дане підприємство функціонує на ринку не так давно, проте стабільно розвивається. Особливістю в діяльності його є той аспект, що при відносно невеликих затратах, можна отримувати прибутки. А у випадку залучення належного рівня інвестування, можна очікувати значних прибутків.

На даному етапі свого розвитку масштаби діяльності підприємства є скромними, проте, в перспективі слід очікувати і збільшення масштабів

діяльності, і ефективності та прибутковості [12].

Таблиця 2.1 – Динаміка основних показників діяльності КП «ІМПА» у 2018-2020 рр.

Показники	Од. виміру	Значення по роках			Ланцюгові темпи зростання	
		2018	2019	2020	6	7
1	2	3	4	5	6	7
Обсяг доходу, всього	тис. грн.	1620,30	2033,16	2325,37	1,25	1,44
у тому числі від реалізації продукції	тис. грн.	1007,12	1424,1	1707,5	1,41	1,7
Випуск основних видів продукції (надання послуг):						
– контент-послуги	тис. грн.	1007,12	1424,1	1707,5	1,41	1,7
– оренда технологічної бази	тис. грн.	613,18	609,06	617,87	0,99	1,01
Середньооблікова чисельність персоналу за рік	чол.	23	25	30	1,09	1,3
Середньорічна чисельність промислово-виробничого персоналу	чол.					
– працівники основної діяльності		19	20	24	1,05	1,26
– робітники допоміжних підрозділів		4	5	6		
Продуктивність праці	тис. грн.	43,79	56,96	56,92	1,3	1,29
Вартість основних засобів у тому числі:		91,62	107,64	139,91	1,17	1,53
– машини та обладнання		68,6	78,32	97,76	1,14	1,25
– інші ОЗ		10,02	11,62	20,15	1,16	1,73
– малоцінні необоротні матеріальні активи	тис. грн.	7,1	11,5	14,7	1,62	2,07
– інструменти, прилади, інвентар (меблі)		5,9	6,2	7,3	1,05	1,24
Частка машин і обладнання у загальній сумі основних засобів	%	74,87	72,76	69,89	0,97	0,96
Фондовіддача основних засобів	грн.	17,69	18,89	16,62	1,07	0,94
Фондовіддача машин і обладнання	грн.	23,62	25,96	23,79	1,09	0,92
Обсяг загальних витрат загалом у тому числі:		983,58	1234,13	1411,50	1,25	1,44
1. на реалізацію продукції		701,83	765,62	888,44	1,09	1,16
– матеріальні витрати	тис. грн.	45,88	46,2	52,0	1,01	1,13
– оплата праці		475,45	521,20	605,44	1,09	1,27
– відрахування на соціальні заходи		175,92	192,84	224,01	1,1	1,16
– амортизація		4,58	5,38	6,99	1,17	1,53
2. інші операційні витрати		281,75	468,51	523,06	1,66	1,12

Продовження таблиці 2.1

1	2	3	4	5	6	7
Обсяг прибутку, всього		636,72	799,03	913,87	1,25	1,44
– у тому числі від реалізації продукції	тис. грн	305,29	658,48	819,06	2,16	1,24
від іншої діяльності		331,43	140,55	94,81	0,42	0,67
Рентабельність виробництва продукції (надання послуг)	%	31,03	53,36	58,02	1,72	1,09

Аналізуючи дані представлені в таблиці 2.1, можна спостерігати зростання основних показників, що характеризують діяльність Підприємства.

Підприємство зуміло зайняти свою нішу на ринку, до того ж діяльність даного підприємства є специфічною, в якій присутні елементи новизни, інтелектуальних досягнень та НТП.

Так, за 2 роки дохід підприємства збільшився майже в 1,5 рази, – з 1620,3 тис. грн. у 2018 році до 2325,37 тис. грн. у 2020 році.

Співвідношення доходу, витрат та прибутку підприємства наведено на рис. 2.2.

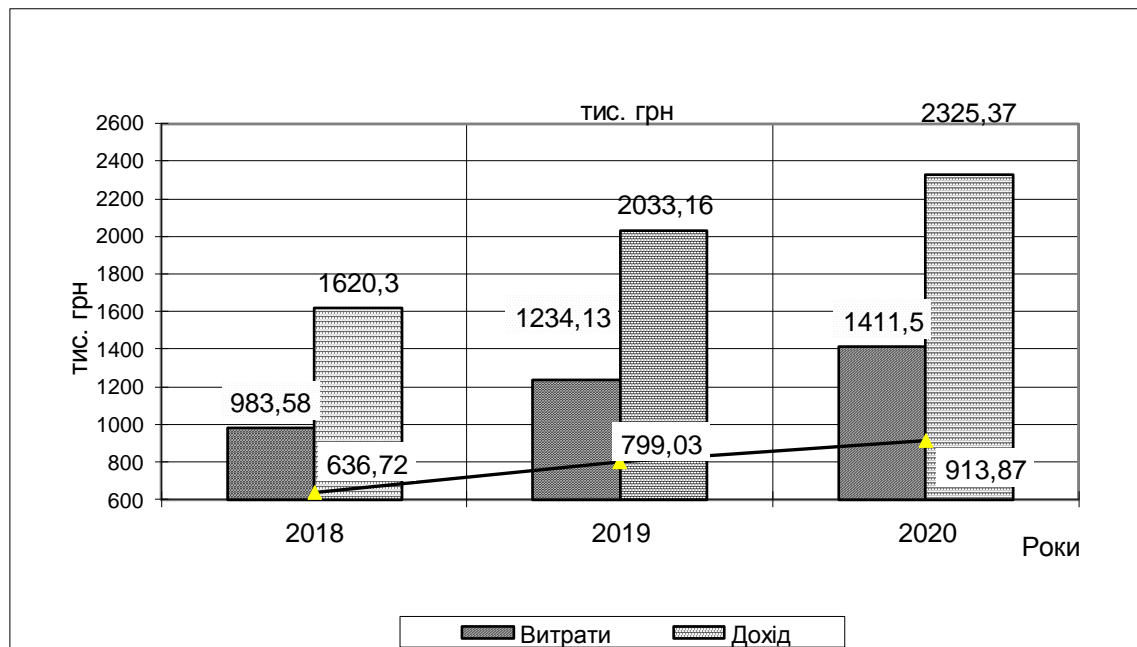


Рисунок 2.2 – Співвідношення доходу, витрат та прибутку КП «ІМПА» у 2018-2020 рр.

Якщо взяти до уваги динаміку обсягів наданих контент-послуг, то вони також зросли протягом останніх двох років, з 1007,12 тис. грн. у 2018 році до 1707,50 тис. грн. у 2020 році. (рис. 2.3) Це відбулось за рахунок професійної маркетингової політики, високого рівня кваліфікації персоналу, високої якості та новизни послуг, які пропонує підприємство.

Підприємство зуміло зайняти свою нішу на ринку, до того ж діяльність даного підприємства є специфічною, в якій присутні елементи новизни, інтелектуальних досягнень та НТП.

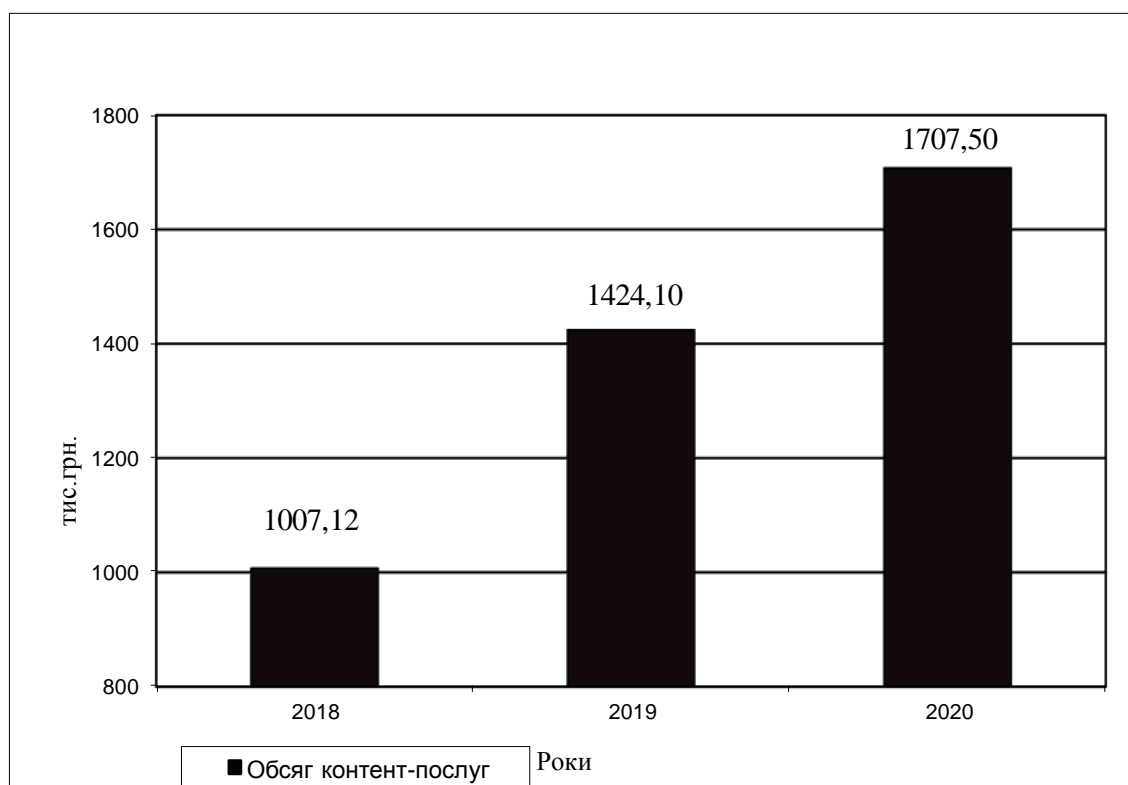


Рисунок 2.3 – Динаміка обсягу наданих послуг у 2018-2020 рр.

На рис. 2.4 зображено графік співвідношення прибутку від реалізації контент-послуг та обсягів їх реалізації. Так, збільшення обсягів реалізації зумовлює збільшення прибутку від реалізації контент-послуг. Тобто, очевидним є той факт, що між цими двома показниками існує пряма залежність.

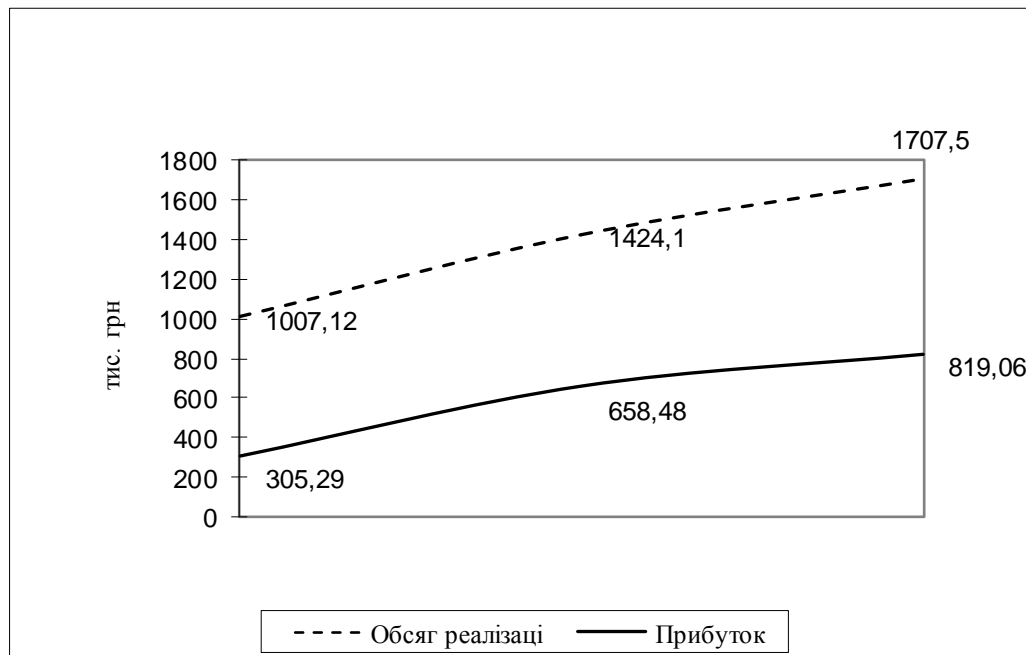


Рисунок 2.4 – Співвідношення прибутку та обсягу реалізації послуг

На рис. 2.5 зображено гістограму, яка характеризує динаміку прибутку від реалізації контент-послуг КП «ІМПА» у 2018-2020 рр.

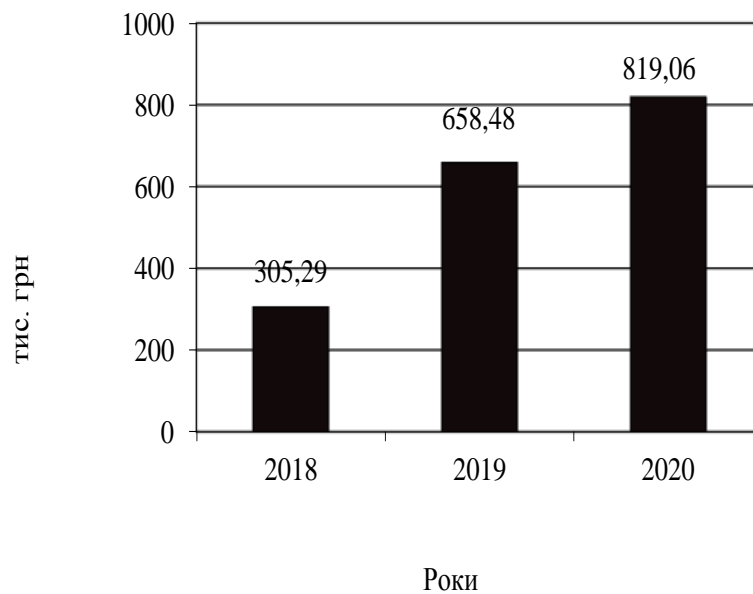


Рисунок 2.5 – Динаміка прибутку від реалізації КП «ІМПА» у 2018-2020 рр.

Як видно з рисунку, розмір прибутку в 2018 році складав 305,29 тис.

грн., а у 2020 році –819,06 тис. грн., тобто збільшився більш ніж у 2 рази. Це пов'язано з розвитком самого підприємства, але, в першу чергу, зі зростанням обсягу реалізації контент-послуг.

Також, слід відмітити, що продуктивність праці на підприємстві зростає протягом двох років, з 43,79 тис. грн. у 2018 році до 56,92 тис. грн. у 2020 році. Майже однаковими є показники продуктивності праці у 2019 та 2020 рр. Це можна пояснити тим, що при рівномірному зростанні доходів, чисельність працівників збільшувалась нерівномірно, так, у 2018 р. - + 2 особи, у 2020 р. – + 5 осіб.

Динаміка продуктивності праці протягом двох років наведена на рис 2.6.

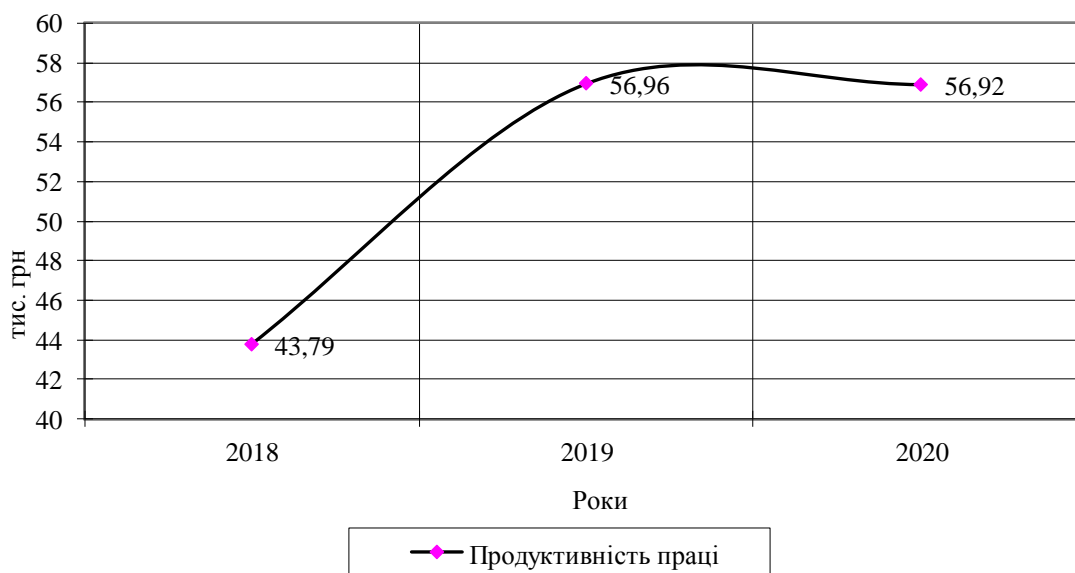


Рисунок 2.6 – Динаміка продуктивності праці персоналу на КП «ІМПА»

Таким чином, тенденції подальшої діяльності даного підприємства тяжіють до постійного розвитку, оновлення, а прогнози діяльності мають оптимістичний характер.

Стратегічно важливим завданням підприємства є завоювання статусу

лідера на ринку, впровадження нових розробок та технологій, введення в дію та розробка нових сервісів та послуг.

Для проведення аналізу діяльності підприємства та умов, в яких воно функціонує, важливим завданням є проведення комплексного аналізу (зовнішнього, проміжного, внутрішнього) та оцінки факторів середовища. Виконання SWOT-аналізу для КП «ІМПА» дасть можливість визначити сильні та слабкі сторони в діяльності підприємства та визначити необхідні заходи для розвитку сильних сторін/подолання слабких сторін, використовуючи можливості зовнішнього оточення та зважаючи на загрози, які існують в зовнішньому оточенні підприємства. Виявлення груп факторів зовнішнього середовища наведено в таблиці 2.2 [36].

Таблиця 2.2 – Фактори зовнішнього середовища та їх вплив на підприємство

Групи факторів	Фактор	Прояв	Можливі відповідні дії підприємства
1. Економічні	Розміри та темпи зростання сегменту ринку мобільного зв'язку та інформаційних технологій	Зростання кількості та темпів появи фірм-конкурентів	Посилення свого конкурентного становища, акцент на якість продукції, цінова політика, нові продукти
2. Політичні	Державний контроль і регулювання діяльності підприємств (узагалі); політична ситуація в країні	Забезпечення нормальних умов для функціонування підприємства (система оподаткування, регулювання діяльності фірм-монополістів у галузі); невизначеність середовища функціонування підприємства	Стабільний розвиток підприємства, рівні можливості для розвитку; призупинення темпів діяльності та розвитку
3. Науково-технічні	Науково-технічний прогрес, новизна та специфіка діяльності підприємств галузі; рівень технології	Високі вимоги до науково-технічного рівня діяльності, що забезпечує конкурентоспроможність; вимоги до кваліфікації кадрів високотехнологічних виробництв; вимоги до науково-технічного рівня конкурентоспроможної продукції	Висока кваліфікація персоналу, слідування передовим технологіям в своїй діяльності, швидке реагування на зміни середовища, адаптивність до нових умов функціонування
4. Демографічні	Кількість потенційних споживачів	Структура населення, зміни в окремих групах та в їх доходах	Розробка послуг в напрямку залучення різних груп споживачів, з різним рівнем доходів
5. Інші	Діяльність операторів мобільного зв'язку, політика сприяння	Створення належних умов для функціонування підприємства, надання тендерів, з метою сприяння розвитку підприємств та плідної співпраці	Виконання умов та вимог перед операторами у своїй діяльності, генерування нових ідей, розробка нових видів послуг

Характеристика основних безпосередніх конкурентів підприємства.

До основних конкурентів підприємства належать: ТОВ «Дніпро Телеком» (MOBILEMANIA), ТОВ «Євро-Інформ» (ОТПАД), ТОВ «Еспарт-Україна» (LOGIZMO). Перші з двох підприємств-конкурентів знаходяться в м. Дніпро, проте, мають свої представництва і в м. Київ, і є підприємствами з іноземними інвестиціями. Останнє з підприємств-конкурентів знаходиться в м. Київ, і є підприємством з іноземним капіталом.

Обсяги діяльності конкурентів є досить масштабними, особливо у першого конкурента. В цьому році дане підприємство було визнане найкращим контент-провайдером на кіно-контент фестивалі, проведеному оператором мобільного зв'язку МТС. Масштаби діяльності двох інших конкурентів мають тенденцію до постійного зростання.

Конкурентна боротьба даних підприємств ведеться переважно в маркетинговій сфері, тобто, завоювання рекламного простору, а також, збільшення кількості партнерів, підвищення якості продукції, розширення асортименту продукції/послуг, підвищення якості сервісного обслуговування тощо. Результати аналізу конкурентів підприємства наведені в таблиці 2.3 [12].

Таблиця 2.3 – Матриця конкурентного профілю КП «ІМПА»

Ключові фактори успіху	Оцінка фактора	MOBILEMANIA		ОТПАД		LOGIZMO	
		Рейтинг	Загальна оцінка	Рейтинг	Загальна оцінка	Рейтинг	Загальна оцінка
1. Частка ринку	0,15	4	0,6	3	0,45	2	0,3
2. Завоювання рекламного простору	0,20	4	0,8	3	0,6	2	0,4
3. Фінансові можливості	0,10	4	0,4	2	0,2	3	0,3
4. Якість продукції (послуг)	0,40	2	0,8	3	1,2	2	0,8
5. Асортимент	0,15	3	0,45	3	0,45	2	0,3
Усього	1,0		3,05		2,90		2,10

Аналіз факторів внутрішнього середовища наведено в табл. 2.4 [36].

Таблиця 2.4 – Сильні та слабкі сторони підприємства

Підсистеми внутрішнього середовища	Сильні сторони	Слабкі сторони
Загальні характеристики підприємства	Імідж компанії, наявність цілей і заздалегідь визначеної стратегії. Конкурентоспроможність підприємства, можливість конкуренції з вітчизняними та іноземними організаціями. Фаза зростання «Життєвий цикл» Компанії	Можливості підвищення рівня експертизи та диверсифікації галузі. Капітал, наука, трудомісткість тощо. Продукти; Додана вартість продукту
Маркетингова сфера (фактори конкурентоспроможності)	Тарифи збуту та витрати на розповсюдження. Доступні стратегії для захоплення та розвитку ринкового потенціалу. Система цін і цінова еластичність попиту/пропозиції. Якість продукції та конкурентоспроможність	Розмір сегмента ринку (ринку), який обслуговує підприємство, ймовірність завоювання нових ринків. Вартість дослідження ринку, розповсюдження та просування продукції (система ФОПСТИЗ)
Виробнича сфера (техніка та технологія)	Потенціал змін у технології та обладнанні, рівнях технологій (фаза «життєвого циклу») та виробництва продукції (можливості диверсифікації технологій). Якість виробництва, використання комп'ютерної техніки; забезпечення виробництва сировиною, матеріалами, обладнанням, трудовими ресурсами (загальним потенціалом), а також наявність варіантів переходу на сировину, матеріали тощо.	Рівень технології та патентного захисту продукції. Можливість встановлювати собівартість виробництва та конкурентоспроможні ціни. Потужність і навантаження (резерви та наявність «великої потужності»), економія на масштабі
Сфера фінансів	Джерела фінансування та фінансова стабільність; Грошовий потік; Капітал (капітал), активи та розмір капіталу, необхідного для розвитку.	Сума боргу; Рентабельність (маса прибутку, рентабельність, ROE, ROA, ROI та ін.)
Сфера НДПКР	Наявність та рівень науково-дослідної та експериментальної інфраструктури. Професійні послуги та кваліфікаційний потенціал НДПКР	Рівень інвестицій у НДПКР
Сфера організації та управління	Підприємницька орієнтація та бізнес-політика; використання систем стратегічного управління. Неформальна система управління компанією. Техніко-організаційний рівень виробництва, рівень координації та інтеграції	Рівень розвитку підсистем аналізу. Деталі технології управління та інформаційних систем (управління процесами, розробка та впровадження рішень, управління, регулювання)
Персонал	Уміння залучати та ефективно використовувати людські ресурси є відмінним. Здатність керівників і підлеглих; структура та кваліфікація персоналу, динаміка кадрів	Система оплати праці та рівня доходів, «розподіл прибутку». Спосіб вибору, атестація навчання, підвищення по службі, підвищення кваліфікації та перепідготовка
Організаційна культура	«Атмосфера» і «клімат» у колективі. Система мотивації діяльності, реальні та нереальні винагороди. Стиль керівництва	Цінності та норми, визнані всіма (включаючи трудові та моральні дисципліни); комунікаційна система

Аналіз діяльності підприємства за допомогою матриці SWOT- аналізу наведено в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5 – Матриця SWOT- аналізу

		Зовнішнє середовище	
1	2	3	4
		<p>Можливості (шанси)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Розвиток економіки країни. 2. Соціально-політична стабільність. 3. Обґрунтоване законодавство. 4. Обслуговування додаткових груп споживачів. 5. Входження у нові ринки (сегменти). 6. Розширення виробництва для задоволення потреб споживачів. 7. Споріднена диверсифікація. 8. Товари з доповненнями. 9. Вертикальна інтеграція. 10. Можливість руху в бік більш привабливих стратегічних груп. 11. Самозаспокоєність ключових конкурентів. 12. Швидке зростання ринку. 	<p>Загрози</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Велика ймовірність виникнення нових конкурентів (в т. ч. іноземних). 2. Зростання збуту товарів-замінників. 3. Уповільнений темп зростання ринку або спад. 4. Зростання тиску конкурентів. 5. Тенденції до рецесії та скорочення ділового циклу. 6. Технологічні прориви в інших країнах, що зменшують конкурентоспроможність вітчизняної продукції. 7. Виникнення труднощів при укладанні договорів із постачальниками та споживачами. 8. Зміни в потребах і смаках споживачів. 9. Негативні демографічні зміни. 10. Соціально-політична нестабільність.
Внутрішнє середовище	<p>Сильні сторони</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Імідж компанії, наявність цілей і задалегідь визначеної стратегії. Конкурентоспроможність підприємства, можливість конкуренції з вітчизняними та іноземними організаціями. Фаза зростання «Життєвий цикл» Компанії. 2. Витрати на збут і розподіл. Доступні стратегії для захоплення та розвитку ринкового потенціалу. Система цін і цінова еластичність попиту/пропозиції. Якість продукції та конкурентоспроможність. 3. Потенціал змін у технології та обладнанні, рівні технології (фази життєвого циклу) та виробництво продукції (можливості диверсифікації технологій). Якість виробництва, використання комп'ютерної техніки; забезпечити виробництво сировиною, обладнанням, трудовими ресурсами (загальним потенціалом), а також наявністю варіантів переходу на сировину, матеріали тощо. 4. Джерела фінансування та фінансова стабільність. Грошовий потік; капітал (капітал), активи, масштаб капіталу, необхідного для розвитку. 5. Наявність та рівень науково-дослідної та експериментальної інфраструктури. Професійні послуги та кваліфікаційний потенціал НДПКР. 	<p>Поле СiМ (заходи)</p> <ul style="list-style-type: none"> – сприяння зростанню конкурентоспроможності продукції, підвищення якості послуг, що надаються, зростання масштабів діяльності, прибутковості діяльності з метою інтеграції в національний економічний простір в даній галузі та сприяння розвитку даного сегменту ринку; – своєчасна та повна сплата податків та платежів до бюджету; – нарощування технологій надання послуг, використання нових технологій та передових досягнень в даній галузі; – створення нових послуг для повного забезпечення потреб та побажань споживачів; – використання стратегії зростання для збільшення власної частки на ринку в даній галузі; – застосування стратегії фокусування у випадку послаблення конкурентних позицій на ринку з подальшою диверсифікацією діяльності; 	<p>Поле СiЗ (заходи)</p> <ul style="list-style-type: none"> – утримання конкурентних позицій на ринку в даній галузі; – підвищення якості послуг, що надаються зі збереженням конкурентних цін; – досягнення стабільності у функціонуванні, наявність властивостей гнучкості та адаптивності операційної системи та інших підсистем підприємства до несприятливих змін зовнішнього оточення; – збільшення витрат на НДПКР, розробка, освоєння та застосування нових передових технологій ведення бізнесу в даній галузі; – підтримка іміджу та розвиток організаційної культури, слідування кращим традиціям ведення бізнесу; – орієнтація на потреби споживачів, здатність до переорієнтації діяльності відповідно до нових потреб та вимог споживачів; – наявність здатності до переорієнтації діяльності на нову цільову аудиторію

Продовження таблиці 2.5

1	2	3	4
	<p>6. Підприємницька та підприємницька політика. Використання систем стратегічного управління. Неформальна система управління компанією. Техніко-організаційний рівень виробництва, рівень координації та інтеграції.</p> <p>7. Уміння залучати та ефективно використовувати талановитих людей. Здатність керівників і підлеглих; структура та кваліфікація персоналу, динаміка кадрів.</p> <p>8. «Атмосфера» та «Клімат» у колективі. Система мотивації діяльності, реальні та нереальні винагороди. Стиль керівництва.</p>	<p>– особлива увага до професійності, компетентності та кваліфікації кадрів;</p> <p>– вкладання коштів у підвищення рівня кваліфікації та підготовки кадрів та управлінського персоналу;</p> <p>значна увага до розвитку організаційної культури</p>	<p>– (зміна віку, соціального статусу іт.ін.); наявність резервів потужності діяльності, фінансово-матеріальних активів та ресурсів на випадок нестабільної ситуації в країні</p>
	<p>Слабкі сторони</p> <p>1. Рівень експертизи та можливості для диверсифікації галузі. Капітал, наука, трудомісткість тощо. Продукти; Додана вартість продукту.</p> <p>2. Розмір сегмента ринку (ринку), який обслуговує підприємство, ймовірність завоювання нових ринків. Вартість дослідження ринку, розповсюдження та просування продукції (система ФОПСТИЗ).</p> <p>3. Рівень технології та патентної охорони продукції. Можливість встановлювати собівартість виробництва та конкурентоспроможні ціни. Потужність і навантаження (резерви та наявність «великої потужності»), економія на масштабі.</p> <p>4. Сума боргу. Рентабельність (рентабельність, ROE, ROA, ROI тощо).</p> <p>5. Рівень інвестицій у НДДКР.</p> <p>6. Аналіз рівня розвитку підсистеми. Деталі технології управління та інформаційних систем (управління процесами, розроблення та реалізація рішень, управління, регулювання).</p> <p>7. Система оплати праці та рівень доходу, «на прибуток». Як вибрати, атестація навчання, просування по службі, підвищення кваліфікації та перепідготовка.</p> <p>8. Цінності та норми, визнані всіма (включаючи трудову та моральну дисципліну); комунікаційна система.</p>	<p>Поле СлМ (заходи)</p> <p>– поглиблення рівня спеціалізації та диверсифікації діяльності з метою обслуговування додаткових груп споживачів;</p> <p>– впровадження стратегії розширення сегменту ринку, на якому функціонує підприємство, збільшення витрат на маркетингові заходи та дослідження ринку, вдосконалення системи збуту та використання ефективних каналів розподілу;</p> <p>– нарощення виробничих потужностей та наявність резерву потужностей на випадок несприятливих подій та змін навколишнього середовища;</p> <p>– реструктуризація боргів, зростання показників прибутковості;</p> <p>– пошук джерел фінансування з метою збільшення рівня інвестицій у НДДКР;</p> <p>– вдосконалення технологій управління діяльністю підприємства;</p> <p>– вдосконалення системи заробітної плати, витрат на соціальні заходи, сприяння підвищенню доходів працівників та їх участі у прибутках підприємства;</p> <p>– налагодження ефективної системи комунікацій між працівниками</p>	<p>Поле СлЗ (заходи)</p> <p>– утримання конкурентних позицій на ринку в даній галузі;</p> <p>– підвищення якості послуг, що надаються зі збереженням конкурентних цін;</p> <p>– впровадження стратегії розширення сегменту ринку, на якому функціонує підприємство, збільшення витрат на маркетингові заходи та дослідження ринку, вдосконалення системи збуту та використання ефективних каналів розподілу;</p> <p>– досягнення стабільності у функціонуванні, наявність властивостей гнучкості та адаптивності операційної системи та інших підсистем підприємства до несприятливих змін зовнішнього оточення;</p> <p>– нарощення виробничих потужностей та наявність резерву потужностей на випадок несприятливих подій та змін навколишнього середовища;</p> <p>– реструктуризація боргів, зростання показників прибутковості;</p> <p>– наявність резервів потужності діяльності, фінансово-матеріальних активів та ресурсів на випадок нестабільної ситуації в країні</p>

КП «ІМПА» для ведення бухгалтерського обліку застосовує журнально-ордерну форму з частковим використанням автоматизованої (облік заробітної плати), яка передбачає ведення регістрів бухгалтерського обліку з метою узагальнення інформації про господарські операції і складання фінансової звітності. На підставі спеціальних облікових регістрів (відомостей) складається Оборотно-сальдова відомість, на основі якої складається фінансова звітність. Для відображення витрат у КП «ІМПА» використовується 9 клас рахунків.

Аналізуючи план рахунків, який застосовується в КП «ІМПА» можна зробити висновок, що він відповідає затвердженому нормативному плану рахунків з деякими коригуваннями, які ураховують специфіку діяльності господарства і в цілому забезпечує формування достовірної інформації.

Формування облікової політики в КП «ІМПА» здійснюється головним бухгалтером і затверджується наказом або розпорядженням керівника.

2.2. Характеристика організації бухгалтерської служби та оцінка базових засад облікової політики підприємства

У сучасному бізнес-середовищі роль бухгалтера в моїй компанії значно зросла, оскільки список моїх функцій розширився.

Від бухгалтерів, які займаються розповсюдженням даних із первинних джерел, до бухгалтерів, вони поступово стають «радниками» людей, відповідальних майже за всі питання в компанії.

Таким чином, роль бухгалтера в компанії не тільки відображає роботу з бухгалтерського обліку та підготовки звітності, але й допомагає керівництву вирішувати управлінські проблеми.

Бухгалтерська служба на чолі з головним бухгалтером є одним із ключових підрозділів структури управління компанії та надає повну та достовірну інформацію про результати діяльності та активи компанії, необхідні для прийняття ефективних рішень та контролю за використанням матеріалів. Забезпечує формування. Не допускати негативних явищ у праці, фінансових ресурсах, господарській діяльності.

Організація бухгалтерського обслуговування КП «ІМПА» здійснюється безпосередньо керівництвом, передбачає визначення прав та обов'язків головних бухгалтерів, підпорядкованих бухгалтерії, а також визначає місце розташування в побудові, управлінні та взаємодії бухгалтерських служб. З дедалі більше відділів.

Проблеми організації бухгалтерського обліку в компанії також включають здатність власників. Відповідальність за ведення бухгалтерського обліку та ведення обліку всіх торгів в основному документі, збереження оброблених документів, протягом певного періоду часу, але за реєстрацію та звітність не менше 3 років, покладається на підприємство, що керує підприємством. Відповідно до закону та конституційних документів.

Облік на підприємстві здійснюється бухгалтерською службою, яку очолює головний бухгалтер. Головний бухгалтер приймається керівництвом товариства і несе особисту відповідальність за організацію обліку на підприємстві. Обов'язки головного бухгалтера зокрема, та в бухгалтерії загалом визначаються посадовою інструкцією та положенням про бухгалтерію.

Головний бухгалтер підприємства керує бухгалтерським відображенням усіх операцій. Він також бере участь у підготовці матеріалів, пов'язаних із втратами активів компанії, крадіжками та втратами внаслідок збитків та збитків. Розробити та забезпечити дотримання загальних організаційних принципів та методик обліку всіма структурними підрозділами підприємства. Здійснюйте точне та коректне оформлення ключових документів та готуйте інтегровані бухгалтерські документи. Він регламентує наявність усіх

необхідних реквізитів, визначених нормативними документами, у ключових документах та підпис особи, відповідальної за її виконання. Систематизувати відомості, що містяться в основних документах для обліку в загальних обліково-аналітичних облікових списках, що є другим способом ведення бухгалтерського обліку. Накази головного бухгалтера щодо організації та здійснення бухгалтерського обліку на підприємстві повинні виконуватися всіма підрозділами та працівниками підприємства. Головний бухгалтер має право повторно підписувати основні бухгалтерські документи, бухгалтерські реєстри та відповідні звіти.

Облікова політика як невід'ємна частина фінансової звітності повинна бути розроблена кожною компанією, яка зареєстрована на біржі, у порядку, передбаченому законодавством. Основна мета облікової політики — забезпечити, щоб усі користувачі фінансової звітності потребували достовірної інформації про активи та фінансовий стан підприємства та результати його діяльності для прийняття відповідних рішень.

Підприємство визначає власну облікову політику та обирає формат обліку відповідно до принципів, встановлених законодавством.

Облікова політика підприємства регулюється відповідно до порядку облікової політики.

При формуванні облікової політики господарство керувалося Законом України «Про організацію бухгалтерського обліку і фінансової звітності в Україні» та П(С)БО.

Для забезпечення раціонального руху документів, тобто визначення оптимальної кількості підрозділів і виконавців для проходження кожного первинного документа та строку його перебування в цих підрозділах, розробляється графік документообігу. Документообіг на підприємстві не затверджений, проте рух документів у КП «ІМПА» можна охарактеризувати як відповідне чинному законодавству.

2.3 Аналіз управління витратами та його вплив на формування операційного прибутку підприємства

Для детального розгляду даного питання потрібно ретельно дослідити сутність таких понять та процесів як виробнича собівартість, собівартість реалізованої продукції (послуг), структура собівартості, планування або складання кошторису витрат, облік та контроль витрат, а також взаємозв'язок витрат з категоріями конкурентоспроможності та їх вплив на формування системи ціноутворення. Також, одним із ключових завдань є дослідження системи управління витратами на підприємстві.

Собівартість — це комплексний показник, що відображає витрати підприємства на виробництво та реалізацію продукції (послуг). Це визначення містить такі важливі положення:

- Вартість відноситься до кількості та кількості використаних ресурсів.
- Обсяг використаних ресурсів вказується у фінансовому виразі.
- Рішення щодо витрат завжди пов'язані з конкретними цілями та завданнями.

Завданням може бути виробництво продукту, функціональний відділ або тип об'єкта чи іншої діяльності, бажаної для визначення використання ресурсів з фінансової точки зору. Вид діяльності, що є результатом продукту (послуги), організаційної одиниці або собівартості, є об'єктом собівартості.

Слід зазначити, що на практиці не існує повної відповідності між фактичними виробничими витратами і виробничими витратами з різних причин. Отже, згідно з діючими процедурами вона не включається до виробничих витрат, а відшкодовується за рахунок прибутку чи іншого джерела витрат на підготовку та освоєння нової продукції в безперервному та масовому виробництві.

При цьому до виробничих витрат відносять витрати, які безпосередньо

не пов'язані з виробничими, та невиробничі витрати, які пов'язані з виробничою діяльністю (наприклад, втрати через шлюб).

Склад витрат, включених до виробничих витрат, може дещо змінюватися з різних практичних причин. Проте загальна тенденція цих змін має повністю відображатися у фактичній собівартості продукції. Ці міркування пов'язані з собівартістю продукції в перерахунку на загальні витрати.

Припустимо, що структура витрат пов'язана з групою витрат за економічними факторами.

Структура собівартості – це поелементний її склад, обчислений у відсотковому відношенні до загальної суми витрат.

Структура витрат має складові матеріальних витрат, витрат на оплату праці, внесків на соціальне страхування, амортизаційних відрахувань та інших операційних витрат.

Розрахувавши витрати за наведеними вище факторами, можна скласти кошторис собівартості продукції та визначити структуру витратних ресурсів свого підприємства. Це особливо важливо для факторів, що формують і знижують собівартість продукції.

Етапи складання кошторису виробництва можуть відрізнятися в залежності від етапу планування, стану інформаційної бази та розміру компанії. На етапі прогнозування вартості ви можете зробити оцінку виробництва, встановивши фактичну собівартість за минулий період.

Фактор реальної собівартості встановлюється як очікуваний коефіцієнт зміни вартості продукції, персоналу та основних фондів з урахуванням регулярної динаміки витрат та очікуваних змін ставок і цін (винагород). Більш обґрунтовано оцінки виробництва розраховуються для кожного елемента виходячи з кількості, нормативу та ціни (тарифу) запланованої продукції (послуги) [8].

Для даного підприємства таке обчислення буде узагальнюючим. Таким чином, структура собівартості продукції (послуг) даного підприємства у

відсотках (%) та її динаміка по роках наведені в таблиці 2.6 [12].

Таблиця 2.6 – Структура собівартості одиниці контенту (%) у 2018-2020 рр.

Елементний склад структури собівартості одиниці контенту	Структура собівартості, у %			Ланцюгові темпи зростання	
	2018	2019	2020		
1. Витрати на нематеріальні активи (MP3-файли, вартість відповідного програмного забезпечення, ресурси мережі Internet)	10	8,63	8,63	0,86	1
2. Затрати на оплату праці (композитори, дизайнери, програмісти)	60	61	61	1,02	1
4. Відрахування на соціальні заходи	22,2	22,57	22,57	1,02	1
3. Амортизація (комп'ютерна техніка, програмне забезпечення)	5	5	5	1	1
5. Інші операційні витрати (послуги зв'язку)	2,8	2,8	2,8	1	1

На основі наведених даних структури собівартості можна зробити висновок, що виробництво (процес створення одиниці контенту) є трудомістким, так як левову частку складають витрати на оплату праці.

Розгляд питання щодо виробничої собівартості пов'язаний з угрупованням витрат за статтями калькуляції.

Особливістю при визначенні об'єкту калькулювання та калькуляційних одиниць для даного підприємства є той факт, що вони не збігаються для виробничої собівартості та собівартості реалізованої продукції (послуг).

Що ж стосується даного підприємства, то процедура калькулювання виробничої собівартості за статтями витрат майже відсутня, як і слабо розвинуто механізм розрахунку, обліку, аналізу, контролю даного показника.

Це пов'язано зі специфікою самого бізнесу, яким займається підприємство, його новизною, перебуванням даного виду діяльності на стадії свого початкового розвитку. Також, собівартість не є визначальним компонентом у складі прибутку даного підприємства. Головна увага зосереджена на обсягах реалізації продукції (контент-послуг), так як від їх розміру залежить розмір прибутку підприємства.

Зважаючи на вищезазначене, приблизна номенклатура статей

калькуляції виробничої собівартості одиниці контенту на даному підприємстві має такий вигляд:

- нематеріальні активи (файли MP3, jpeg, gif, java, програмне забезпечення, спеціальні програмні продукти та розробки);
- енергія на технологічні цілі (для створення одиниці контенту та завантаження її в базу даних);
- витрати на оплату праці (оплата праці композиторів, дизайнерів, програмістів);
- відрахування на соціальні заходи (ставки відрахувань на обов'язкове пенсійне страхування, соціальне страхування, страхування на випадок безробіття, страхування від нещасних випадків);
- витрати на утримання та експлуатацію устаткування (комп'ютерна техніка, програмне забезпечення);
- загально виробничі витрати.

Розрахунок виробничої собівартості одиниці контенту та його динаміка по роках у вартісному вираженні (грн.) наведені в таблиці 2.7 [12].

Виробничу собівартість контент-послуг формують переважно постійні витрати або регресуючі витрати, які змінюються повільніше порівняно зі зміною обсягів виробництва.

В ході подальшого аналізу витрат на даному підприємстві, можна відмітити появу певних рис економічного механізму формування витрат, не пов'язаних з виробничою собівартістю. Це пов'язано з тим, що певні види витрат вже набувають вагомого значення для отримання прибутку, його оцінки і розподілу, і для діяльності підприємства взагалі.

Таким чином, в процесі здійснення господарської діяльності, крім виробничих витрат, у підприємства виникають також витрати, пов'язані з:

- формуванням собівартості реалізованої продукції (послуг);
- наявністю об'єктів оподаткування (податок на додану вартість, акцизний збір, податок на прибуток);
- управлінням підприємством (адміністративні витрати);

- реалізацією продукції (послуг) (витрати на збут);
- фінансовою діяльністю;
- інвестиційною діяльністю;
- втратами від участі в капіталі;
- надзвичайними подіями;
- виплатою дивідендів [8].

Таблиця 2.7 – Калькуляція виробничої собівартості одиниці контенту у 2018-2020 рр.

Номенклатура статей калькуляції виробничої собівартості одиниці контенту	Вартісне вираження виробничої собівартості одиниці контенту, грн.			Ланцюгові темпи зростання	
	2018	2019	2020		
1. Змінні витрати	6,98	11,38	21,24	1,63	1,87
1.1 нематеріальні активи (файли MP3, jpeg, gif, java)	3,29	5,38	8,38	1,64	1,56
1.2 інші нематеріальні активи (програмне забезпечення, спеціальні програмні продукти та розробки)	2,03	3,88	8,97	1,91	2,31
1.3 енергія на технологічні цілі (для створення одиниці контенту та завантаження її в базу даних)	1,66	2,12	3,89	1,28	1,83
2. Постійні витрати	62,79	63,75	63,75	1,02	1
2.1 витрати на оплату праці (оплата праці композиторів, дизайнерів, програмістів)	41,86	42,56	42,56	1,02	1
2.2 відрахування на соціальні заходи (ставки відрахувань на обов'язкове пенсійне страхування, соціальне страхування, страхування на випадок безробіття, страхування від нещасних випадків)	15,49	15,75	15,75	1,02	1
2.3 витрати на утримання та експлуатацію устаткування (комп'ютерна техніка, програмне забезпечення)	3,49	3,49	3,49	1	1
2.4 загальновиробничі витрати	1,95	1,95	1,74	1	0,89
Всього	69,77	75,13	84,99	1,08	1,13

Для даного підприємства собівартість реалізованої продукції (послуг) потребує більшої уваги, так як безпосередньо формує витрати підприємства та забезпечує його доходи при передачі продукції споживачам. Витрати визначаються як добуток кількості реалізованої продукції на її виробничу

собівартість.

Витрати підприємства на податкові платежі безумовно потребують уваги. Так, на даному підприємстві сформований певний механізм управління ними. Облік та розрахунок витрат на податкові платежі здійснюється бухгалтерією. Аналіз та контроль за цими витратами здійснює фінансовий директор разом з головним бухгалтером.

Розмір податку, який сплачує підприємство, залежить від об'єкта оподаткування, ставки податку та державної податкової політики у сфері податкових пільг. Підприємство є платником податку на прибуток у розмірі 20%, що є податком на додану вартість. Підприємство не відчувало прибутку.

Вартість продажів займає особливе місце в аналізі витрат компанії, оскільки вона безпосередньо впливає на обсяг продажів контент-сервісів. Він може бути поступовим, пропорційним і поступовим, залежно від стадії життєвого циклу / продажів контент-сервісів компанії.

На сьогоднішній день велику увагу на підприємстві приділяють маркетинговій діяльності. Здійснення рекламної діяльності та використання pr-технологій є ключовим аспектом для отримання бажаного рівня прибутку. Даний вид витрат ретельно планується та аналізується маркетологами компанії. Розрахунок таких витрат проводять виходячи з вартості надання послуг сторонніми організаціями, що займаються рекламною діяльністю, різними промо-агенціями, рекламними агенціями; розміщення реклами власної продукції (послуг) в різних друкованих періодичних виданнях, засобах масової інформації, Інтернет сторінках з високим рівнем відвідуваності тощо.

Найефективнішими заходами збуту продукції є засоби масової інформації, переважно телебачення, розкручені періодичні видання, з великою читацькою аудиторією та тиражем, та розкручені Інтернет-сайти.

На даному підприємстві здійснюється планування витрат на рекламу, що має суттєве значення для формування бажаного обсягу реалізованих контент-послуг. Даний процес проходить в 3 етапи, рис. 2.8.

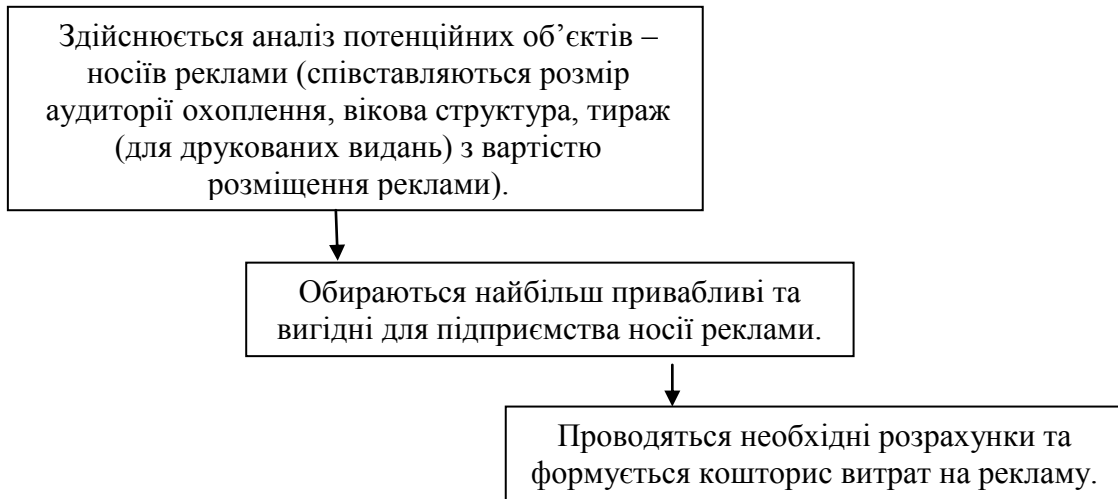


Рисунок 2.8 – Процес планування витрат на рекламу в КП «ІМПА»

Для наочності того, як на підприємстві розраховується доцільність розміщувати рекламу своєї продукції в тому чи іншому друкованому виданні, можна навести такий приклад.

Підприємство хоче розмістити рекламу в журналі «Viva». Вартість однієї сторінки (полоси) реклами становить 1500 у.о. Постає питання – яким має бути обсяг реалізації контент-послуг, щоб отримати, принаймні, нульовий прибуток?

З досвіду минулих періодів встановлено, що $\frac{2}{3}$ обсягу реалізації здійснюється через мережу оператора мобільного зв'язку Київстар, а $\frac{1}{3}$ – через мережу оператора мобільного зв'язку МТС (Vodafone). Тобто, вартість реклами розподілиться між операторами так: Київстар – 1000 у.о., МТС – 500 у.о. Ціна реалізації однієї одиниці контенту через мережі операторів мобільного зв'язку (транзакції) становить 1,6 у.о. Прибуток підприємства з однієї такої транзакції по операторам складає: Київстар – 0,88 у.о. (1,6 – 30% (відрахування оператору Київстар) – 15% (комісійна винагорода за використання авторських та суміжних прав)); МТС – 0,56 у.о. (1,6 – 50% (відрахування оператору МТС (Vodafone)) – 15% (комісійна винагорода за використання авторських та суміжних прав)).

Щоб визначити необхідний обсяг реалізації одиниць контенту

(кількість транзакцій), треба 1000/0,88 та 500/0,56. Результатом будуть кількість транзакцій по Київстар - 1140, МТС - 893. Отже, щоб отримати нульовий прибуток, обсяг реалізації має становити приблизно 2000 одиниць контенту (транзакцій).

Виходячи з середнього рівня обсягу реалізації контент-послуг за місяць, можна вирахувати строки, коли підприємство отримає нульовий прибуток та коли відбудеться його збільшення.

В таблиці 2.8 наведені витрати підприємства, не пов'язані з виробничою собівартістю продукції та їх динаміка по роках [12].

Таблиця 2.8 – Склад витрат КП «ІМПА» відносно їх включення до собівартості реалізованої продукції у 2018-2020 рр.

Номенклатура статей витрат, не пов'язаних з виробничою собівартістю	Вартісне вираження, у тис. грн.			Ланцюгові темпи зростання	
	2018	2019	2020	5	6
1	2	3	4	5	6
1. Собівартість реалізованої продукції (1.1*1.2)	7,83	11,87	16,13	1,52	1,36
1.1 Кількість реалізованої продукції, тис. од.	111,9	158,23	189,72	1,41	1,2
1.2 Виробнича собівартість одиниці контенту	0,07	0,075	0,085	1,07	1,13
2. Адміністративні витрати	91,41	139,42	121,67	1,53	0,87
2.1 загальні витрати (організаційні витрати)	37,75	55,78	48,67	1,48	0,87
2.2 витрати на службові відрядження й утримання апарату управління підприємством та іншого загальногосподарського персоналу	13,71	20,91	18,25	1,53	0,87
2.3 витрати на утримання основних засобів, інших матеріальних необоротних активів загальногосподарського призначення (операційна оренда, страхування майна, амортизація, ремонт, опалення, водопостачання, охорона)	18,13	27,88	24,33	1,54	0,87
2.4 винагороди за професійні послуги (юридичні, аудиторські, щодо оцінки майна та ін.)	2,74	4,18	3,65	1,53	0,87
2.5 витрати на зв'язок (поштові, телефонні, факс, мобільний зв'язок)	5,39	9,76	8,53	1,81	0,87
2.6 амортизація нематеріальних активів загальногосподарського використання	4,56	6,98	6,08	1,53	0,87

Продовження таблиці 2.8					
1	2	3	4	5	6
2.7 плата за розрахунково-касове обслуговування та інші послуги банків	1,82	2,78	2,43	1,53	0,87
2.8 інші витрати загальногосподарського призначення	7,31	11,15	9,73	1,53	0,87
3. Витрати на збут	537,71	585,98	679,53	1,09	1,16
3.1 оплата праці та комісійні винагороди продавцям, торгівельним агентам та працівникам підрозділів, які забезпечують збут (в розмірі 10% від суми прибутку, яку отримує підприємство від дій таких осіб)	188,20	216,81	237,84	1,15	1,09
3.2 витрати на рекламу та дослідження ринку (маркетинг)	215,08	222,67	271,81	1,04	1,22
3.3 витрати на відрядження працівникам, які зайняті збутом	16,13	23,44	20,39	1,45	0,87
3.4 витрати на утримання основних засобів, інших нематеріальних активів, пов'язаних із збутом готової продукції (орендна плата за номери короткого доступу, надані операторами мобільного зв'язку, оплата за використані ресурси мережі Internet, розміщення серверу на технічному майданчику, web-hosting та домени)	53,77	58,60	67,95	1,09	1,16
3.5 витрати на гарантійне обслуговування	21,51	17,58	20,39	0,82	1,16
3.6 інші витрати, пов'язані зі збутом контент-послуг (комісійна винагорода за використання авторських та суміжних прав в розмірі 15% від вартості проданих одиниць контенту)	43,02	46,88	61,15	1,09	1,3
4. Інші операційні витрати	22,85	59,75	81,12	2,61	1,36
4.1 витрати на дослідження та розробки	15,99	38,83	60,84	2,43	1,57
4.2 сума безнадійної дебіторської заборгованості та відрахування в резерв по сумнівним боргам	0,69	2,99	2,43	4,33	0,81
4.3 визнані штрафи, пені, неустойки	0,46	2,99	1,62	6,5	0,54
4.4 інші витрати операційної діяльності	5,71	14,94	16,22	2,62	1,09
5. Податкові платежі	323,78	437,11	513,05	1,35	1,17
Всього	983,58	1 234,13	1411,50	1,25	1,14

Важливим моментом при аналізі витрат підприємства є їх участь у формуванні прибутку. Отже, необхідно розглянути механізм формування прибутку в КП «ІМПА». Згідно з формою №2 «Звіт про фінансові результати» механізм формування чистого прибутку підприємства наведено в таблиці 2.9

[12].

Таблиця 2.9 – Формування прибутку в КП «ІМПА» у 2018-2020рр.

Елементний склад прибутку	Значення у тис. грн.		
	2015	2016	2017
1	2	3	4
Дохід (виручка від реалізації)	1007,12	1424,1	1707,5
-			
ПДВ	167,85	237,35	284,58
=			
Чистий дохід (виручка від реалізації)	839,27	1186,75	1422,92
-			
Собівартість реалізованої продукції	7,83	11,87	16,13
=			
Валовий прибуток (збиток) від реалізації продукції	831,44	1174,88	1406,79
+			
Інші операційні доходи	669,49	675,64	596,85
-			
Адміністративні витрати	91,41	139,42	121,67
+			
Витрати на збут	537,71	585,98	679,53
+			
Інші операційні витрати	22,85	59,75	81,12
=			
Прибуток (збиток) від операційної діяльності	848,96	1065,37	1218,49
+			
Дохід від участі в капіталі та інші фінансові доходи, інші доходи	-	-	-
-			
Фінансові витрати, витрати від участі в капіталі, інші витрати	-	-	-
=			
Прибуток (збиток) від звичайної діяльності до оподаткування	848,96	1065,37	1218,49
-			
Податок на прибуток від звичайної діяльності	212,24	266,34	304,62
=			
Чистий прибуток (збиток)	636,72	799,03	913,87

Аналізуючи дані табл. 2.9, необхідно визначити темпи зростання чистого прибутку. Так, порівняно з 2018 роком, обсяг чистого прибутку у 2019 році збільшився в 1,25 рази; а у 2020 році обсяг чистого прибутку збільшився в 1,14 рази, порівняно з 2019 роком.

2.4 Аналіз системи управління витратами на підприємстві

Логічним зв'язком розгляду питання про інструменти управління

витратами в цих компаніях є розгляд існування системи управління витратами. Крім того, особливу увагу слід звернути на такі питання: склад і характеристики елементів системи управління витратами, взаємозв'язок між ними, управлінські та фінансові аспекти формування корпоративних витрат.

Корпоративне управління витратами — це взаємопов'язаний комплекс, який позитивно впливає на процес витрат під час господарської діяльності компанії з метою досягнення оптимальних рівнів витрат (у межах допусків) у всіх корпоративних підсистемах. . Будь-яка робота [11].

Усі витрати компанії можна визначити за типом, місцем походження та оператором. Ці три параметри описують об'єктивні характеристики процесу споживання економічних ресурсів і є важливим елементом структури.

Очевидно, що управління витратами передбачає врахування всіх дій, які здійснюються при управлінні об'єктом: розробка і впровадження рішення, контроль його реалізації. Ці дії здійснюються через елементи циклу управління, такі як прогнозування, планування, організація, мотивація, облік та аналітика [11].

На схемі показано загальну схему контролю витрат. 2.9. Контур управління витратами керує функцією зворотного зв'язку.

Як видно з малюнка. 2.9. Ця система управління витратами підприємства не має окремої функціональної підсистеми, тому вона не може ефективно керувати всіма системами управління витратами.

Планування витрат здійснюється шляхом створення плану діяльності компанії. Планові калькуляції витрат необхідні для корекції та прийняття бізнес-рішень та модифікації рівня витрат, що виникають у разі виконання рішень, прийнятих для їх реалізації [24].

Планування витрат в КП «ІМПА» представлене практично складанням щомісячного кошторису накладних витрат, плану надходжень та виплат та плануванням витрат збутової діяльності (реклама, маркетингові дослідження). З цією метою, директор підприємства щомісяця складає кошторис накладних витрат, а комерційний директор складає кошторис для збутової діяльності

підприємства, а саме, витрати на рекламу і т.п.

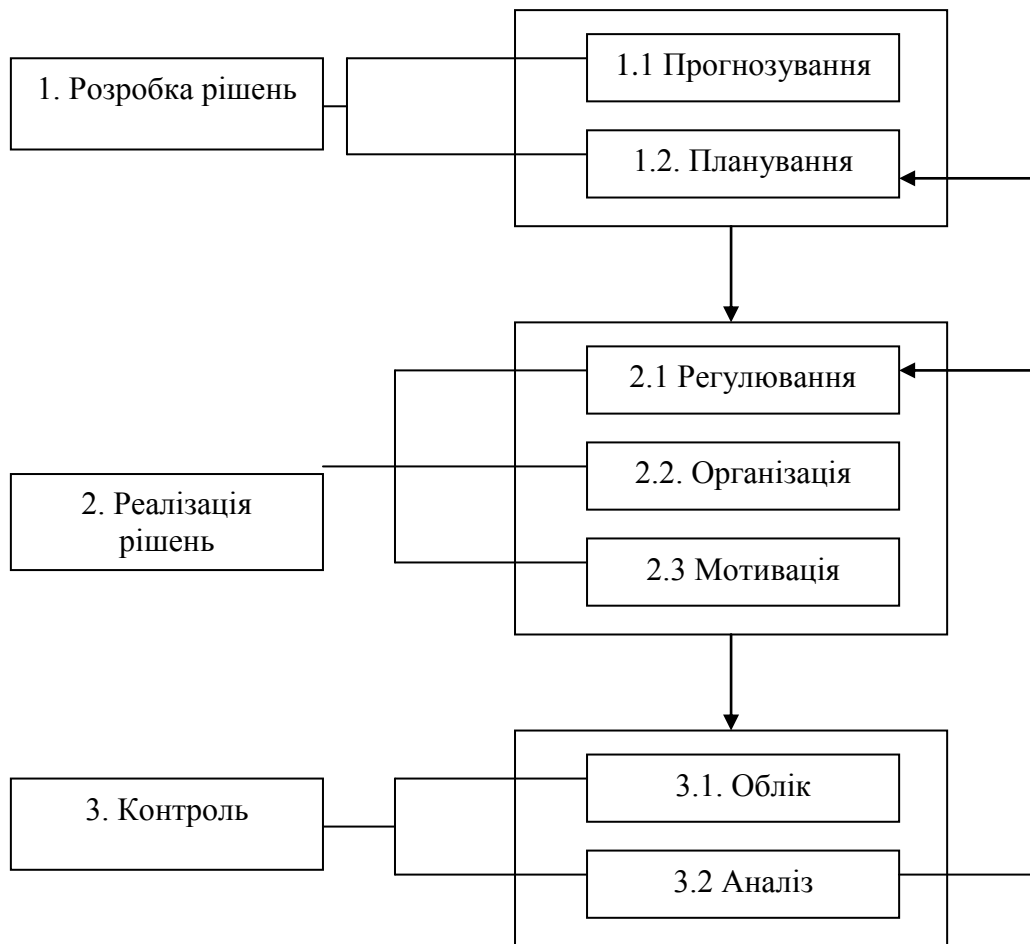


Рисунок 2.9 – Загальна схема управління витратами в КП «ІМПА»

Визначений певним чином рекламний бюджет буде розподілено на кожен вид робіт відповідно до суми. Це залежить від засобів реклами, а у випадку радіо чи телебачення поточний кількісний стандарт мовлення становить одну хвилину на сторінку. Використовуйте ціну за одиницю медіа.

План рекламної діяльності компанії включає основні види реклами, конкретні рекламні засоби, які використовуються при плануванні, кількість разів, які розповсюджуються або потрібні, кількість споживачів, вартість рекламних послуг, рекламних матеріалів. [24].

Кошториси витрат розробляються на основі аналізу фактичних витрат за минулий період. Приклад кошторису накладних витрат наведено в таблиці

2.10 [12].

Таблиця 2.10 – Кошторис накладних витрат КП «ІМПА» на грудень 2020 р., тис. грн.

Статті витрат	План	Факт
1. Заробітна плата керівників, спеціалістів	37,5	36,5
2. Нарахування на заробітну плату	16,48	16,12
3. Витрати на відрядження	1,9	1,7
4. Канцелярські витрати	0,4	0,5
5. Витрати на послуги зв'язку	0,75	0,77
6. Оренда офісного приміщення	2,5	2,5
7. Комунальні послуги	0,3	0,3
Всього:	29,83	28,39

План надходжень та виплат наведено в таблиці 2.11 [12].

Таблиця 2.11 – План надходжень та виплат КП «ІМПА» на листопад 2020 р.

Показник	Значення, тис. грн.
1. Надходження від продаж	144,29
2. Платежі, у тому числі:	110,5
- матеріали	7,6
- торгові витрати	11,4
- реклама	36,02
- заробітна плата	24,88
- канцелярські товари	0,5
- оренда приміщення	2,5
- комунальні послуги	0,4
- послуги зв'язку	0,65
- податки	24,5
- виплата боргу	2,05
- виплата % ліцензіарам	2,5
3. Приріст готівкових коштів	33,79
4. Залишок на початок періоду	16,5
5. Залишок на кінець періоду	50,29

Визначений певним чином рекламний бюджет буде розподілено на кожен вид робіт відповідно до суми. Це залежить від засобів реклами, а у випадку радіо чи телебачення поточний кількісний стандарт мовлення становить одну хвилину на сторінку. Використовуйте ціну за одиницю медіа.

План рекламної діяльності компанії включає основні види реклами, конкретні рекламні засоби, які використовуються при плануванні, кількість разів, які розповсюджуються або потрібні, кількість споживачів, вартість рекламних послуг, рекламних матеріалів. [24].

Контроль витрат формує механізм зворотного зв'язку. Такими компонентами є підсистеми обліку та аналізу. Функція калькулювання витрат полягає у моніторингу, ідентифікації, вимірюванні та документуванні фактів споживання ресурсів під час господарської діяльності компанії [11].

На даному підприємстві контроль в системі управління витратами представлений бухгалтерським та управлінським обліком. Бухгалтерський облік виконується бухгалтерією, відповідно до встановлених норм та правил, з складанням усіх необхідних звітів та здійсненням усіх необхідних розрахунків.

Управлінський облік повинен охоплювати систему управління діяльністю організації в цілому, включаючи:

- стратегічне управління, в тому числі стратегічне та оперативне планування діяльності;
- виробничий облік;
- розробку показників діяльності;
- формування управлінської звітності [30].

Так, в КП «ІМПА» в межах управлінського обліку здійснюється оперативне планування діяльності, яке здійснюється на недостатньо розвинутому рівні, тобто, не відображає усіх аспектів діяльності підприємства. Зокрема, планування накладних витрат (табл. 2.11) та складання плану надходжень та виплат, плану доходів та видатків (форма №2 Звіт про фінансові результати).

Виробничий облік на даному підприємстві представлений калькулюванням собівартості одиниці продукції (табл. 2.4). Процедура здійснення виробничого обліку є досить обмеженою і потребує доповнення необхідними розрахунками та калькуляціями.

В межах управлінського обліку на даному підприємстві здійснюється розрахунок точки беззбитковості або межі рентабельності, тобто визначається такий обсяг реалізації продукції, за якого підприємство отримує нульовий прибуток (збиток). Знаходити точку беззбитковості можна алгебраїчним та графічним способами.

Вихідні дані для розрахунку точки беззбитковості наведено в таблиці 2.12 [12].

Таблиця 2.12 – Вихідні дані для розрахунку межі рентабельності КП «ІМПА»

Показник	Значення, грн.
Ціна реалізації	9,00
Змінні витрати на одиницю продукції	1,66
Постійні витрати	1 096 380

1. Маржинальний дохід становитиме:

$$МД = 9,00 - 1,66 = 7,34 \text{ грн.}$$

2. Точка беззбитковості в натуральному виразі:

$$N_{\text{б}} = 1\,096\,380 / 7,34 = 149,37 \text{ тис. од.}$$

Отже, можна зробити висновок, що величина беззбитковості збільшується за рахунок збільшення постійних витрат для всіх обсягів реалізації. Важливий і розмір граничного доходу, який залежить від величини постійних витрат і прибутку даного виду продукції (тобто суми прибутку на один випуск). Чим вище граничний дохід, тим нижча точка дефіциту.

Для оцінки точки прориву використовується поняття «маржа прибутковості». Це можна визначити двома способами:

- На основі відносної величини граничного доходу від продажів (формула 2.1):

$$MP = ПВ / МД_{\text{в}}, \quad (2.1)$$

де MP – межа рентабельності;

MD_v – маржинальний дохід у відносному виразі від виторгу від реалізації;
 PB – постійні витрати.

– виходячи з точки беззбитковості в натуральному виразі [25]:

$$MP = N_6 \times C_i = 149,37 \times 9,00 = 1\,344,33 \text{ тис. грн.}$$

На основі величини беззбитковості та отриманої норми прибутку можна визначити стабільність фінансового становища компанії. Для цього використовують такі показники, як фінансова маржа. Фінансова маржа являє собою різницю між обсягом продажів (запланованим) і обсягом продажів і гарантує точку прориву (пори́г прибутку) економічної діяльності. По суті, це показує, що кількість продажів (фактичних і відносних) може бути зменшена до того, як компанія зазнає реальних збитків [25]. Отже, очікуваний обсяг реалізації на плановий рік становить 1983,56 тис. грн.

1. Абсолютний запас фінансової міцності:

$$ЗФМ = 1\,983,56 - 1\,344,33 = 639,23 \text{ тис. грн.}$$

2. Відносний запас фінансової міцності:

$$ЗМФ \% = 639,23 / 1\,983,56 \times 100 = 31,72 \%$$

В таблиці 2.13 наведені вихідні дані для графічного представлення точки беззбитковості.

Таблиця 2.13 – Вихідні дані для графічного аналізу точки беззбитковості КП «ІМПА»

Обсяг реалізації, од	Постійні витрати, грн.	Змінні витрати, грн.	Сукупні витрати, грн.	Виторг від реалізації, грн.	Ціна одиниці, грн.
1 000	1 096 380	1 660	1 098 040	9 000	9
2 000	1 096 380	3 320	1 099 700	18 000	9

Рівняння прямої постійних витрат має вигляд $y = 1\,096\,380$; рівняння прямої сукупних витрат: $y = 1\,096\,380 + 2x$; виторгу від реалізації: $y = 9x$.

Як видно з рис. 2.10 точка беззбитковості становить 149,37 тис. од., що відповідає результатам математичного розрахунку. за умови відкладання на

осі абсцис показників обсягу реалізації у вартісному виразі, за допомогою графіка виторгу від реалізації можна визначити межу рентабельності.

Таким чином, механізм здійснення управлінського обліку в КП «ІМПА» можна охарактеризувати як обмежений і, який потребує удосконалення.

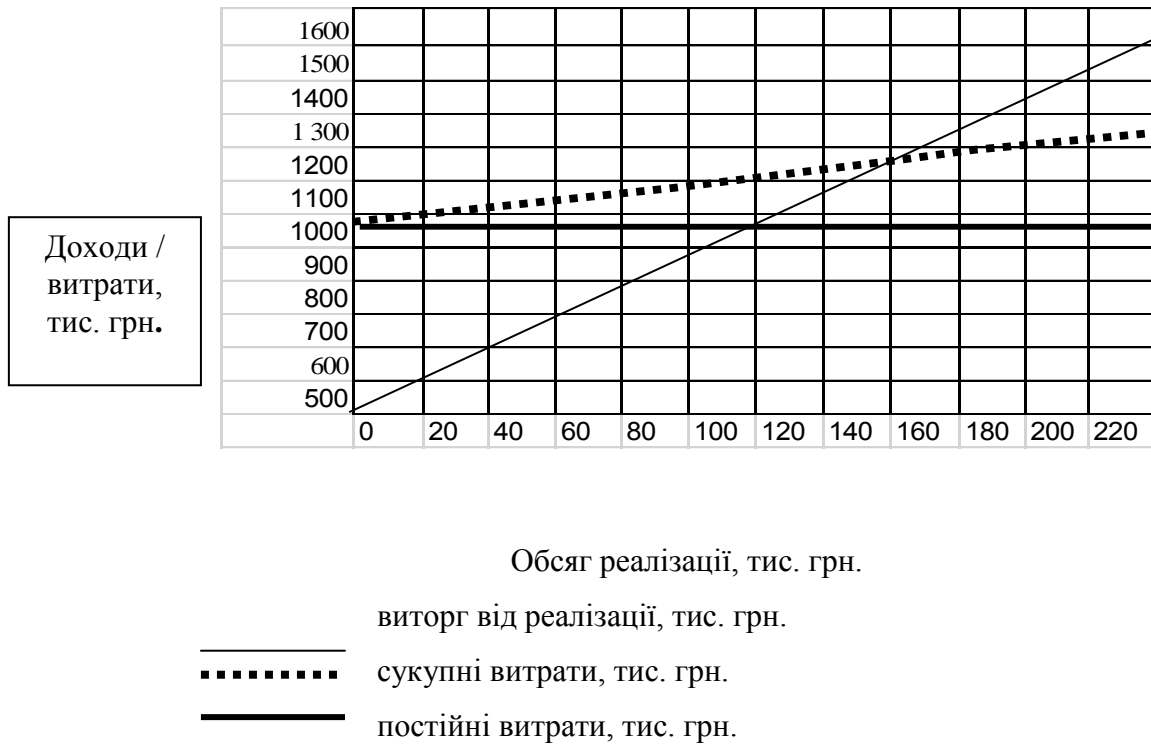


Рисунок 2.10 – Визначення точки безбитковості КП «ІМПА» методом побудови графіка виторгу від реалізації

Організаційні аспекти системи управління витратами пов'язані з визначенням центру відповідальності за центр витрат і відповідності, а також розробкою ієрархічної системи лінійних і функціональних взаємовідносин між працівниками, яка розглядає набір функціональних аспектів системи управління витратами. Однак КП «ІМПА» не має механізму визначення того, де формуються витрати, а де відповідальність є центральним.

Все вищесказане, як правило, є характеристиками системи управління витратами компанії.

Слід зазначити, що виходячи з цих загальних характеристик, система

управління витратами підприємства недостатньо розвинена і знаходиться на ранніх стадіях формування. Функціональний аспект можна охарактеризувати як досить поверховий компонент системи управління витратами, так само важко визначити конкретний перелік функцій та завдань в межах даного аспекту.

Таким чином, формування та розвиток системи управління витратами на даному підприємстві є досить важливим завданням і вимагає значної уваги керівників, прийняття необхідних рішень щодо вирішення даної проблеми. Так як наявність сформованої системи управління витратами на будь-якому підприємстві є запорукою отримання бажаного рівня прибутку, ефективного функціонування підприємства взагалі.

Проводячи такий аналіз для даного підприємства, слід зазначити, що витрати не впливають на величину ціни одиниці контенту, як і не впливає на ціну виробнича собівартість одиниці контенту. Більше того, цікавим є той факт, що виробнича собівартість одиниці контенту суттєво перевищує продажну ціну такої ж одиниці контенту. Це можна пояснити тим, що обсяги виробництва (розробки) контенту дуже відрізняються від обсягів реалізації. Даний факт, в першу чергу, пояснюється специфікою бізнесу, яким займається дане підприємство, а саме, – відтворення (тиражування) продукції під час її реалізації (збуту). Так, можна виробити (розробити) 100 одиниць контенту, а обсяги їх реалізації можуть досягати сотень тисяч.

Таким чином, ціна одиниці контенту є суто ринковою, тобто, визначається на основі співвідношення ринкового попиту та пропозиції в даній галузі. Також, свої вимоги щодо ціни одиниці контенту висловлюють оператори мобільного зв'язку.

Конкурентоспроможність продукції, в свою чергу, визначається відношенням витрати – якість. Чим меншим воно є, тим більшою буде конкурентоспроможність продукції.

Для кожного виду продукції можна знайти раціональне значення показника співвідношення ціни та якості, за якого ціна споживання продукції

найбільш точно відображає рівень її якості [29].

Отже, можна зробити висновок, що ринкова ціна одиниці контенту зростає не пропорційно якості товару, а ніби випереджає її, і навпаки: при зниженні технічного рівня та якості продукції відносно загальноприйнятого рівня ціна знижується більш прогресивно порівняно з цим рівнем [7].

Так, конкурентоспроможність продукції залежить головним чином від якості, яка має тенденцію до збільшення, за рахунок збільшення витрат на якість продукції.

Висновки до 2 розділу

1. Таким чином, узагальнюючи аналіз управління витратами КП «ІМПА», можна зробити наступні висновки. У структурі витрат найбільший відсоток становлять витрати на оплату праці. Ціна одиниці продукції не є визначальним фактором у формуванні прибутку компанії. Оскільки розмір продукту залежить від розміру прибутку компанії, основна увага приділяється продажам продукції (контент-послуги).

2. Витрати на збут займають особливе місце в аналізі корпоративних витрат, оскільки безпосередньо впливають на обсяг продажів контент-сервісів. Він може бути прогресивним, пропорційним і регресивним, залежно від життєвого циклу / стадії продажів контент-сервісів компанії. Система управління витратами компанії недостатньо розвинена і знаходиться на початковій стадії своєї підготовки; функціональний аспект можна охарактеризувати як досить поверховий компонент системи управління витратами, так само важко визначити конкретний перелік функцій та завдань в межах даного аспекту.

3. Планування витратами представлене складанням кошторису накладних витрат, плану надходжень та виплат, планом доходів та видатків; формування та розвиток системи управління витратами на даному

підприємстві є досить важливим завданням і вимагає значної уваги керівників, прийняття необхідних рішень щодо вирішення даної проблеми; контроль в системі управління витратами представлений бухгалтерським та управлінським обліком.

4. Управлінський облік має обмежений характер, тобто відсутні базові процедури його здійснення; проте, в межах управлінського обліку здійснюється аналіз точки беззбитковості або межі рентабельності – 149,37 тис. од. і 1 344,33 тис. грн.; організаційний аспект системи контролю витрат розвинений слабо. Тобто немає заходів, щоб визначити, де формуються витрати, а де відповідальність за дотримання є центральним. Так само, як вартість створення одиниці контенту не впливає на ціну, вартість не впливає на вартість одиниці контенту.

5. Витрати на виробництво одиниці контенту вищі за ціну продажу такої ж одиниці контенту. Ціна одиниці чистого вмісту ринку, тобто визначається виходячи з співвідношення ринкової пропозиції та попиту в регіоні. Якість є визначальним фактором конкурентоспроможності продукції.

РОЗДІЛ 3

ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМКІВ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ТА ЇХ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ОПЕРАЦІЙНОГО ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

3.1 Розробка альтернативних варіантів оптимізації витрат в системі ефективного управління ними та відображення їх на формуванні операційного прибутку

Початковим етапом розгляду даного питання є побудова економіко-математичної моделі оптимізації витрат, основним завдання якої є визначення порогового значення обсягу реалізації контенту у натуральному виразі (од.).

В таблиці 3.1 наведено вихідні дані для побудови економіко-математичної моделі оптимізації витрат КП «ІМПА».

Таблиця 3.1 – Вихідні дані для побудови економіко-математичної моделі оптимізації витрат КП «ІМПА»

Складові моделі	Кількісне значення	Позначення
1	2	3
Постійні витрати, грн.	1 096 380	B
Змінні витрати на од. контенту, грн.	1,66	C
Обсяг реалізації, од. контенту	189 720	X ₀
Бюджет на рекламу, грн.	271 810	Y ₀
Витрати на рекламу на од. контенту, грн.	1,43	A
Ціна од. контенту, грн.	9,00	P

Позначимо сукупні витрати підприємства як Z, тоді обсяг сукупних витрат можна записати у вигляді рівняння (формула 3.1):

$$Z = B + C \times X \rightarrow \min, \quad (3.1)$$

де C – змінні витрати на од. контенту, грн.;

X_0 – обсяг реалізації контенту, од., за якого змінні витрати на од. контенту становлять 1,66 грн.;

X – обсяг реалізації менший за X_0 , од. контенту;

B – постійні витрати, грн.

Обмеженням моделі виступають витрати на рекламу, які можна записати у вигляді рівняння:

$A \times X = Y$, де Y – сума коштів на рекламу, щоб досягнути певного рівня прибутку; причому $Y > Y_0$, де Y_0 – це сума коштів на рекламу з таблиці 2.10.

Таким чином, кількісний вираз моделі буде мати вигляд [13]:

$$Z = 1\,096\,380 + CX \rightarrow \min,$$

$$C = 1,66 / (X - X_0) \times Y',$$

$$1,43 X = Y, Y' = \begin{cases} 1 / (X - X_0), & X \leq X_0 \\ 1 & \end{cases}$$

$$Y \leq Y_0$$

Функцію прибутку можна виразити як $F = P \times X - Z \rightarrow \max$, де P – це ціна од. контенту, грн. [20], [6].

Графічне зображення моделі (рис. 3.1) покаже, що збільшення обсягу реалізації відмінне від X_0 , призведе до зростання розміру виручки від реалізації та сукупних витрат, проте, приріст виручки від реалізації буде значно перевищувати приріст сукупних витрат, а змінні витрати на од. контенту до певного моменту будуть сталими, а потім почнуть зменшуватись [21].

Тобто, сутність даної моделі зводиться до того, що пороговим значенням обсягу реалізації є $X_0 = 189\,720$ од. контенту, так як для всіх $X > X_0$, $\Delta Z \rightarrow \min$, а Z – прямує до певної константи.

Як наслідок, обсяг реалізації контенту, величина якого більша за порогове значення – 189 720 од., буде оптимальним.

Так, для подальшого розгляду даного питання встановимо річний обсяг

реалізації контенту на рівні 250 000 од.

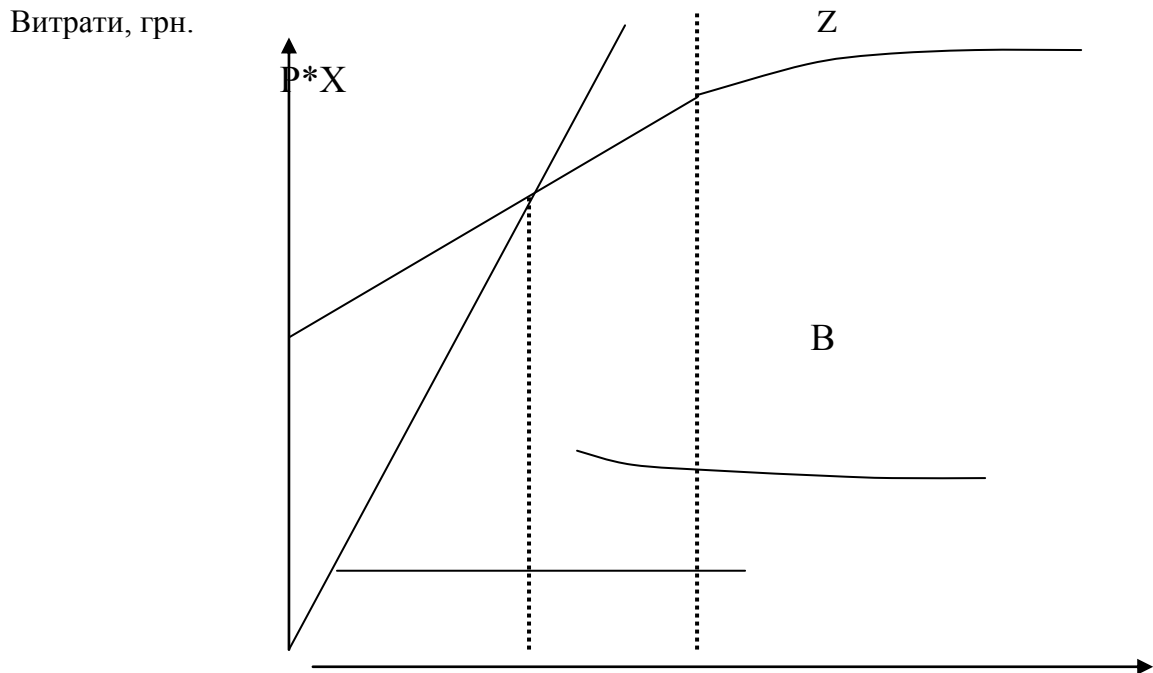


Рисунок 3.1 – Схематичний графік економіко - математичної моделі оптимізації витрат КП «ІМПА»

Одним з методів ефективного управління витратами є застосування системи «директ-костинг», яка має два варіанти:

метод змінної собівартості або простий «директ-костинг»;

метод змінної та прямої собівартості або розвинутий «директ-костинг».

В рамках простого «директ-костингу» всі витрати поділяють на змінні та постійні.

Загальну суму постійних та змінних витрат визначають за формулою 3.2:

$$CB = 3B \times N + ПВ, \quad (3.2)$$

де СВ – загальні (сукупні) витрати;

ЗВ – змінні витрати на одиницю продукції;

N – обсяг виробництва продукції у натуральному виразі;

ПВ – постійні витрати за даний період [8].

Для цього підприємства $СВ = (1,26 \times 250) + 1096,38 = 1411,38$ тис. грн. З наведеної формули видно, що збільшення виробництва призводить до зменшення змінних витрат кожного випуску за рахунок постійних витрат.

Отже, збільшення виробництва є важливим фактором зниження собівартості продукції.

Проста структура «директ-костингу», яка порівнює змінні витрати з ціною продажу.

Обсяг реалізації змінна собівартість = змінна маржа витрат, тобто $2250,00 - 315,00 = 1935,00$ тис. грн., а виплати постійних витрат визначаються з маржі змінних витрат для визначення результатів і прибутку підприємства.

Маржа змінних витрат постійна вартість = прибуток, тобто $1935,00 - 1096,38 = 838,62$ тис. грн.

Компанії досягають «мертвої точки» або «точки прориву», коли постійні витрати можна окупити за рахунок змінної маржі витрат. Іншими словами, прибуток компанії дорівнюватиме нулю.

В рамках розвинутого «директ-костингу» визначають:

- Коефіцієнт змінних витрат (відношення змінних витрат до ціни реалізації), тобто $- 1,26 / 9 = 0,14$;

- Коефіцієнт граничного доходу (Змінний коефіцієнт маржі витрат до ціни продажу), який становить $-7,74 / 9 = 0,86$;

- Граничний внесок - Перевищення доходу порівняно зі змінними витратами залежно від конкретної діяльності або готового продукту.

- Фіксована маржа (напівмаржа) — це різниця між змінними витратами та певною маржею прямих фіксованих витрат.

- Маржа безпеки – різниця між фактичним і значним обсягом продажів.

Критичні продажі визначаються на основі фундаментального рівняння «директ-костингу»:

$$\text{Прибуток} = (\text{Ц} - \text{ЗВ}) \times \text{N} - \text{ПВ}, \quad (3.3)$$

де Ц – ціна реалізації одиниці продукції;

ЗВ – змінні витрати на одиницю продукції;

ПВ – сума постійних витрат на підприємстві за даний період;

N – обсяг виробництва продукції у натуральному виразі.

Ви можете розрахувати критичний обсяг виробництва («точку беззбитковості») конкретного продукту, де виробництво є рентабельним. У важливій виробничій програмі витрати і доходи від реалізації продукції будуть однаковими, тобто (формула 3.4):

$$\text{ЗВ} \times \text{N}_{\text{кр.}} + \text{ПВ} = \text{Ц} \times \text{N}_{\text{кр.}}. \quad (3.4)$$

Звідси

$$\text{N}_{\text{кр.}} = \text{ПВ} / \text{Ц} - \text{ЗВ}. \quad (3.5)$$

За допомогою системи «директ-костинг» можна управляти витратами та розраховувати також граничні значення витрат на підприємстві та ціни реалізації. [8]

Щоб продемонструвати застосування системи «директ-костингу» для КП «ІМПА», необхідно розрахувати:

критичний обсяг реалізації контент-послуг;

термін, коли буде досягнуто «точки беззбитковості»;

мінімальну ціну реалізації;

максимально дозволені величини змінних та постійних витрат;

маржу безпеки.

Вихідні дані для розрахунків наведені в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Вихідні дані для розрахунків

Показник	Значення, грн.
Обсяг реалізації, од.	250 000
Ціна одиниці контенту	9,00
Змінні витрати на одиницю контенту	1,26
Постійні витрати	1 096 380

1. Критичний обсяг реалізації:

$$N_{кр.} = 1\,096\,380 / (9,00 - 1,26) = 141,65 \text{ тис. од. контенту.}$$

2. Термін досягнення «точки беззбитковості»:

$$T = 12 \times (141,65 / 250,00) = 6,79 \text{ міс. (кінець липня).}$$

3. Мінімальна ціна реалізації визначається з наступного рівняння:

$$(Ц - 1,26) \times 250\,000 - 1\,096\,380 = 0.$$

Звідси мінімальна ціна становитиме 5,65 грн.

4. Максимальні змінні витрати розраховуються у такий спосіб:

$$(9,00 - 3В) \times 250\,000 - 1\,096\,380 = 0.$$

Звідси максимальні змінні витрати становитимуть 4,61 грн.

5. Максимальні постійні витрати визначаються наступним чином:

$$(9,00 - 1,26) \times 250\,000 - ПВ = 0.$$

Звідси максимальні постійні витрати становитимуть 1935,00 тис. грн.

6. Маржа безпеки визначається наступним чином [8]:

$$МБ = (250\,000 - 141\,651) \times 9,00 = 975,14 \text{ тис. грн.}$$

Зв'язок між маржинальним прибутком і чистим прибутком корисний для аналізу за допомогою відносного показника, коефіцієнта граничного прибутку:

$$K_{п. м.} = ПМ / ЧД, \quad (3.6)$$

де ПМ – маржинальний прибуток;

ЧД – чистий дохід (виручка) від реалізації продукції.

Звідси $K_{п. м.} = 1935,00 / 2250,00 = 0,86$, що означає, що одна гривня з чистим доходом – 86 копійок. Граничний прибуток. Оскільки продажі зростають у натуральних одиницях з кожною додатковою гривнею виручки (ВН), компанія отримує 86 копійок. Граничний, а отже операційний прибуток. І навпаки, якщо продажі знижуються на таку ж швидкість, зменшується і прибуток.

За нормами змінної ціни та витрат коефіцієнт граничного прибутку є величиною постійною. Отже, збільшення прибутку можна визначити як:

$$\Delta\P = \Delta\text{ЧД} \times K_{п. м.} \quad (3.7)$$

Якщо передбачається збільшити обсяг реалізації одиниць контенту на 50 тис. грн. при $K_{п. м.} = 0,86$, тоді матимемо приріст прибутку на 43 тис. грн. ($50 \times 0,86$).

Ви можете визначити рівень операційної безпеки на основі беззбиткових продажів. Критерій безпеки – це ступінь, в якому точка прориву продажів перевищує фактичні (планові) продажі.

Коефіцієнт безпеки операційної діяльності (Кб) обчислюється так (формула 3.8):

$$Кб = (ОП - Об) / ОП, \quad (3.8)$$

де ОП – фактичний (плановий) обсяг реалізації в натуральному виразі;

Об – беззбитковий обсяг реалізації в натуральному виразі.

$$\text{Звідси } Кб = (250,00 - 141,65) / 250,00 = 0,43.$$

Це означає, що якщо продажі (ОП) знизяться на 43%, продажі продукції впадуть до точки беззбитковості, і ви не зможете отримати прибуток. Якщо мої продажі впадуть, це не буде прибутковим.

Коефіцієнт експлуатаційної безпеки можна розглядати як міру

операційного ризику. Чим більше, тим безпечніше ситуація щодо прибутку від діяльності. У міру його зростання ризик рівноважних продажів буде зменшуватися, і навпаки. Коли він зменшується, цей ризик зростає [31].

В якості альтернативи до застосування «директ-костингу» для ефективного управління витратами КП «ІМПА» можна розглянути використання методу нормативного розподілу постійних витрат.

Даний метод має на меті усунення впливу змінювання обсягів робіт щодо розподілу постійних витрат у процесі калькулювання.

При використанні методу нормативного розподілу постійних витрат передбачається формування таких видів калькуляцій:

- відповідно до фактичної собівартості;
- відповідно до оптимальної собівартості;
- відповідно до прогнозованої собівартості.

Нормативному рівню діяльності відповідає певна сума змінних і постійних витрат. Сума постійних витрат, яка включається у склад собівартості продукції визначається за формулою 3.9:

$$ПВн = ПВф \times (ВПф / ВПн), \quad (3.9)$$

де ПВф – фактична сума постійних витрат;

ВПф – фактичний обсяг реалізації продукції;

ВПн – нормативний обсяг реалізації продукції.

Відношення $ВПф / ВПн$ називається коефіцієнтом нормативного розподілу витрат.

Суть даного методу полягає у визначенні нормативної собівартості одиниці продукції, відповідній до нормативного рівня діяльності незалежно від того, яким буде фактичний обсяг реалізації [8].

Застосування даного методу можна показати на такому прикладі. Визначити нормативну собівартість одиниці контенту відносно наведених у

таблиці 3.3 обсягів реалізації, якщо постійні витрати складають 1096,38 тис. грн. на рік, змінні витрати на одиницю контенту – 1,66 грн. Нормативний обсяг реалізації становить 189,72 тис. од. контенту на рік.

Таблиця 3.3 – Вихідні дані для визначення нормативної собівартості одиниці контенту

Показники	Обсяг реалізації, тис. од. контенту		
	153,28	189,72	250,0
Змінні витрати, грн.	1,66	1,66	1,66
Постійні витрати на од. контенту, грн.	7,15	5,79	4,39
Загальні витрати на од. контенту, грн.	8,81	7,45	6,05
Коефіцієнт нормативного розподілу	0,81	1	1,32
Постійні витрати нормативні, грн.	5,79	5,79	5,79
Нормативна собівартість од., грн	7,45	7,45	7,45

Використання цього методу дозволяє визначити вплив змін обсягів реалізації на структуру собівартості реалізації од. контенту та рентабельність завдяки розрахунку додаткових витрат на одиницю при зниженні обсягів реалізації або суми прибутку при зростанні обсягів реалізації (для КП «ІМПА», коли обсяг реалізації становить 153,28 тис. од. контенту проти нормативних 189,72 тис. од. контенту, собівартість од. контенту збільшується на 1,36 грн. (8,81 – 7,45), а при збільшенні обсягу реалізації до 250,0 тис. од. контенту, підприємство отримує прибуток 1,4 грн. на одиницю) [8].

3.2 Економічне та управлінське обґрунтування вибору найбільш прийнятної альтернативи

В таблиці 3.4 наведено порівняльну оцінку застосування «директ-костингу» та методу нормативного розподілу постійних витрат.

Під час аналізу залежності прибутку від операційної активності з'ясовуються два питання:

6. який обсяг реалізації забезпечує цільовий прибуток підприємства;
7. як реагує величина прибутку на зміну обсягу реалізації.

Таблиця 3.4 – Порівняльна оцінка застосування «директ-костингу» та нормативного розподілу постійних витрат в КП «ІМПА»

Показники	За фінансовою звітністю		Рівень безбитковості	
	Факт.	Розрах.	Факт.	Розрах.
Сукупні витрати, тис. грн.	1411,5	1411,38	1344,33	1238,03
Сукупні витрати на од. контенту, грн.	7,44	5,65	9,0	9,0
Змінні витрати, тис. грн.	315,12	315,0	247,95	178,48
Маржинальний прибуток, тис. грн.	1392,38	1935,0	1096,38	1096,38
Маржинальний прибуток на од. контенту, грн.	7,34	7,74	7,34	7,74
Дохід від реалізації, тис. грн.	1707,5	2250,0	1344,33	1274,85
Обсяг реалізації, тис. од. контенту	189,72	250,0	149,37	141,65
Ціна реалізації, грн.	9,0	9,0	9,0	9,0
Коефіцієнт змінних витрат	0,18	0,14	0,18	0,14
Коефіцієнт маржинальних надходжень	0,82	0,86	0,82	0,86
Мінімальна ціна реалізації, грн.	7,45	5,65	9	9
Максимальні змінні витрати на од. контенту, грн.	3,22	4,61	1,66	1,26
Термін досягнення точки безбитковості, міс.	7,87	6,79	-	-
Максимальні постійні витрати, тис. грн.	1468,43	1935,0	1096,38	1096,38
Маржа безпеки, тис. грн.	363,15	975,14	0	0
Абсолютний приріст обсягу реалізації, тис. од. контенту	31,49	60,28	-	-
Абсолютний приріст прибутку, тис. грн.	25,82	51,84	-	-
Коефіцієнт безпеки	0,21	0,43	0	0
Обсяг реалізації контенту (тис. од.) для отримання цільового прибутку в розмірі 1 200 тис. грн.	312,86	296,69	-	-
Абсолютний приріст собівартості од. контенту за нормативного розподілу постійних витрат, грн.	1,36	1,4	-	-

Метою в даному випадку є прибуток, який компанія хоче отримати з часом на основі стратегічних цілей.

Тому виникають питання, скільки одиниць контенту необхідно продати за певною ціною та рівнем витрат, щоб забезпечити такий прибуток. Ці продажі можна розрахувати так:

за натурального виразу обсягу продукції (формула 3.9, 3.10):

$$O_{ц} = (ПВ + П_{ц}) / (Ц - ЗО), \quad (3.9)$$

$$\text{або } O_{ц} = O_{б} \times P_{ц} / (Ц - ЗО), \quad (3.10)$$

у випадку вартісного виміру обсягу продукції (формула 3.11, 3.12):

$$ЧД_{ц} = ПВ + P_{ц} / K_{п. м.}, \quad (3.11)$$

$$\text{або } ЧД_{ц} = ЧД_{б} + P_{ц} / K_{п. м.}, \quad (3.12)$$

де $O_{ц}$, $ЧД_{ц}$ – обсяг продукції, який необхідно реалізувати, щоб забезпечити цільовий прибуток відповідно у натуральному і грошовому виразі;
 $P_{ц}$ – цільовий прибуток, грн.

Нехай для даного підприємства річний цільовий прибуток встановлено в розмірі 1 200 тис. грн., тоді:

$$O_{ц} = (1\,096\,380 + 1\,200\,000) / (9 - 1,26) = 296\,690 \text{ од. контенту.}$$

Реакція прибутку на зміни обсягів продажів називається операційною залежністю і визначається такими показниками, як операційний леверидж [31].

Операційний лівєридж характеризує приріст прибутку на одиницю приросту обсягу реалізації продукції, тобто (формула 3.13):

$$ОЛ = \Delta Пв / \Delta ЧДв, \quad (3.13)$$

де $ОЛ$ – операційний лівєридж;

$\Delta Пв$ – зміна прибутку, %;

$\Delta ЧДв$ – зміна обсягу реалізації, %.

Зробивши необхідні підстановки, отримаємо таку формулу 3.14:

$$ОЛ = Пм / П, \quad (3.14)$$

згідно з якою операційний ліверидж обчислюється як відношення маржинального прибутку до прибутку:

$$OL = 1\,935,00 / 838,62 = 2,31.$$

Величина ОЛ – операційний ліверидж – показує, на скільки відсотків зміниться прибуток при зміні обсягу реалізації продукції (операційної активності) на 1%, тобто (формула 3.15):

$$\Delta Пв = \Delta ЧДв \times OL. \quad (3.15)$$

Так, якщо $OL = 2,31$, то при збільшенні обсягу реалізації на 10% прибуток зростає на 23,1%. Прибуток зростає швидше, ніж продажі. Це пояснюється тим, що існують постійні витрати, які не реагують на ці зміни [31].

3.3 Оцінка впливу реалізації обраної альтернативи на основні параметри діяльності

Приклад комплексного дослідження співвідношення показників: собівартість-чистий дохід-операційний дохід наведено в таблиці 3.5 [31].

Так, у 2020 році було продано всього 149 37 000 одиниць (контенту). І 141,65 тис. од. У 2020 році КП «ІМПА» покриває витрати та отримує прибуток за рахунок зростання продажів.

У ситуаціях, коли адміністративні та маркетингові витрати зменшуються, ви можете знизити точку беззбитковості та покращити фінансове становище вашої компанії.

Таблиця 3.5 – Оцінка економічної діяльності КП «ІМПА» як суб'єкта господарювання (тис. грн.)

№ з/п	Показники	За фінансовою звітністю		Рівень безбитковості	
		Факт.	Розрах.	Факт.	Розрах.
1	Дохід від реалізації продукції	1707,5	2250,0	1344,33	1274,85
2	Чистий дохід	1422,92	1875,0	1120,28	1062,38
3	Собівартість реалізованої продукції за виробничою собівартістю	16,13	27,5	12,70	15,58
4	Змінні витрати	315,12	315,00	247,95	178,48
5	Валовий прибуток	1406,79	1847,5	1107,58	1046,8
6	Адміністративні витрати	121,67	122,89	121,67	122,89
7	Витрати на збут	679,53	686,32	679,53	686,32
8	Прибуток від операційної діяльності	524,47	965,18	0	0
9	Маржинальний прибуток	1392,38	1935,0	1096,38	1096,38
10	Обсяги реалізованої продукції, тис. од.	189,72	250,0	149,37	141,65
11	Ціна одиниці контенту, грн.	9,00	9,00	9,00	9,00
12	Чистий дохід на 1 тис. грн. виробничих витрат собівартості реалізованої продукції, грн.	88,21	68,18	88,21	68,18
13	Виробничі витрати собівартості реалізованої продукції на 1 тис. грн. чистого доходу, грн.	0,01	0,014	0,01	0,014
14	Операційний прибуток на одиницю контенту, грн.	2,76	3,86	0	0
15	Виробнича собівартість одиниці контенту, грн.	0,085	0,11	0,085	0,11
16	Коефіцієнт безпеки підприємницької діяльності	0,21	0,43	0,0	0,0
17	Операційні витрати	898,45	909,82	895,02	897,9
18	Операційні витрати на одиницю контенту, грн.	4,74	3,63	5,99	6,34
19	Постійні витрати	1096,38	1096,38	1096,38	1096,38
20	Постійні витрати на одиницю контенту, грн.	5,79	4,39	7,34	7,74
21	Операційний леверидж	2,65	2,00	-	-

Для оптимізації витрат підприємства та моделювання його чистого доходу (ЧД) і операційного прибутку (Π_0) можливо використати показники операційного левериджу: ціновий леверидж ($OL_{\text{ц}}$), натуральний леверидж ($OL_{\text{н}}$), комбінований леверидж ($OL_{\text{к}}$).

$$OL_{\text{ц}} = \text{ЧД} / \Pi_0; \quad (3.15)$$

$$OL_H = (ЧД - ЗВ) / П_0; \quad (3.16)$$

$$OL_K = \Delta П_0 / П_0 = OL_{Ц} \times Ц_3 (1 + H_3) + OL_H \times H_3, \quad (3.17)$$

де ЗВ – змінні витрати;

$\Delta П_0$ – приріст операційного прибутку;

$Ц_3$ – зміна цін на продукцію (в долях одиниці і відповідно із знаком «+» або «-»);

H_3 – зміна натурального обсягу реалізації продукції (в долях одиниці і відповідно із знаком «+» або «-»).

Операційне плече, натуральне плече і комбіноване плече показують, що швидкість зміни прибутку в кілька разів перевищує швидкість зміни чистого доходу, кожен із яких від зміни ціни, фізичних продажів і двох факторів розумної вартості [31].

Наступний приклад дозволяє розглянути механізми моделювання чистого та операційного прибутку з використанням конкретних видів операційного левериджу.

Операційний ціновий леверидж

Приклад 1. Дохід від реалізації продукції 2250,0 тис. грн.

Змінні витрати 315,0 тис. грн.

Постійні витрати 1096,38 тис. грн.

Прибуток 838,62 тис. грн.

$OL_{Ц} = 2250,0 / 838,62 = 2,68$

Можливі ситуації

Ситуація А. Дохід збільшується на 5% (112,5 тис. грн. = $2250,0 \times 5 / 100$) за рахунок зростання цін. Відповідно прибуток зросте на 13,4% ($5\% \times 2,68 = 13,4\%$) і буде становити 951 тис. грн. [$838,62 + (838,62 \times 13,4 / 100)$].

Ситуація Б. Дохід зменшується на 20% за рахунок зниження цін.

Відповідно прибуток зменшиться на 53,6% ($-20\% \times 2,68 = -53,6\%$). Темп зниження прибутку на рівні 53,6% означає, що сума його зменшення дорівнює - 449,28 тис. грн., і прибуток буде становити 389,34 тис. грн. ($838,62 - 449,28$).

У ситуації Б ви можете розрахувати максимальне зниження ціни, щоб ваша підприємницька діяльність була нерентабельною, тобто виручка від продажів не опускалася нижче точки беззбитковості. Тобто прибуток зменшується не більше ніж на 100%. Тому при $OL_{ц} = 2,68$ ціну можна знизити до 312,92% ($838,62 / 2,68$) або менше.

Операційний натуральний леверидж

Приклад 2. Дохід від реалізації продукції 2250,0 тис. грн.

Змінні витрати 315,0 тис. грн.

Постійні витрати 1096,38 тис. грн.

Прибуток 838,62 тис. грн.

$OL_{н} = (2250,0 - 315,0) / 838,62 = 2,31$

Можливі ситуації

Ситуація А. Дохід від реалізації збільшується на 5% за рахунок зростання натуральних обсягів реалізації. Відповідно прибуток зросте на 11,55% ($5\% \times 2,31 = 11,55\%$) і буде становити 935,48 тис. грн. [$838,62 + (838,62 \times 11,55 / 100)$].

Ситуація В. Продажі впадуть на 20% через відповідне зниження фізичних продажів. Отже, прибуток зменшиться на 46,2% ($20 \times 2,31$) до 451,18 тис. грн. Якщо обсяги продажів природно падають на 43,3% і більше, зменшення прибутку перевищує 100% ($43,3\% \times 2,31 = 100,02\%$), і підприємницька діяльність стає збитковою [31].

Отже, порівнюючи операційний леверидж КП «ІМПА» з результатами розрахунку за фізичним левериджем, можна підсумувати наступним чином.

1. Чим вище операційний вплив двох типів, тим більше коливання прибутку через подібні зміни обсягів продажів. Тому, коли операційний леверидж високий, скорочення продажів, швидше за все, призведе до збиткових продажів, ніж до низьких рівнів.

2. Значна різниця між рівнем цін і впливом фізичних операцій свідчить про відносно сильний вплив динаміки змінних витрат на динаміку продажів. За рахунок збільшення виручки від натурального обсягу реалізації приріст прибутку дещо менший за зростання ціни.

3. Використовуючи операційний леверидж при моделюванні доходу та прибутку від продажів, максимального доходу, можливого для підтримки беззбитковості продажів, або мінімуму, необхідного для усунення втрат від продажів. Ви можете визначити зростання свого прибутку [31].

Однак наведений вище розрахунок доцільний лише в тому випадку, якщо динаміка прибутку визначається одним фактором, а інші фактори залишаються незмінними. Тобто ціна змінюється, а продажі, природно, не змінюються, або навпаки. У реальних економічних умовах, як правило, ціни та фізичний обсяг продажів можуть змінюватися одночасно, причому обидва фактори діють як в одну, так і в іншу сторону.

Щоб розрахувати швидкість і напрямок змін фінансових результатів за рахунок продажів шляхом коригування на природні зміни ціни та обсягу продажів у доступних функціях, скористайтеся рівнянням 3.18:

$$\Delta P_o / P_o \times 100 = [O_{Lc} \times C_z (1 + N_z) + O_{Ln} \times N_z] \times 100, (3.18)$$

Комбінований операційний леверидж

Приклад 3. Розрахунок темпів і напрямку зміни фінансового результату від реалізації.

Ціновий операційний леверидж (O_{Lc}) – 2,68.

Натуральний операційний леверидж (O_{Ln}) – 2,31.

Ціни знижуються на 5%, тобто $C_z = -0,05$.

Натуральний обсяг реалізації збільшується на 7%, тобто $N_z = 0,07$.

$$\Delta P_o / P_o \times 100 = [2,68 \times (-0,05) (1 + 0,07) + 2,31 \times 0,07] \times 100 = 1,80 \%$$

Тому за певних обставин прибуток зросте на 1,80% порівняно з базовим періодом. Обидва типи рівнів операційного левериджу важливі в цьому методі

для розрахунку швидкості зміни фінансових результатів за рахунок продажів основних даних.

Розглянемо результати, отримані безпосередньо розрахунковим методом.

Дохід від реалізації продукції 2250,0 тис. грн.

Змінні витрати 315,0 тис. грн.

Постійні витрати 1096,38 тис. грн.

Прибуток 838,62 тис. грн.

$OL_{ц} = 2,68$, $OL_{н} = 2,31$, тобто умови, прийняті в розрахунках за формулою дотримані. Прибуток буде становити:

$$(2250,0 \times 0,95 \times 1,07) - (315,0 \times 1,07) - 1096,38 = 853,7 \text{ тис. грн.}$$

Збільште прибуток наступним чином: $(853,7 - 838,62) / 838,62 \times 100 = 1,80\%$.

Результат розрахунку безпосередньо відповідає результату розрахунку за формулою.

Приклад 4. Зміни фінансових результатів одночасно коригують на зміни ціни та фізичного обсягу продажів у наявній потужності. $OL_{с} = 2,68$, $OL_{н} = 2,31$. Компанія має можливість збільшити свій природний продаж на 5% при зниженні ціни до 7%. За формулою розраховується швидкість зміни прибутку від реалізації.

$$\Delta Po / Po \times 100 = [2,68 \times (-0,07) (1 + 0,05) + 2,31 \times 0,05] \times 100 = -8,15 \%$$

Компанії можуть зменшити продажі менше ніж на 5%. Якщо ви хочете зберегти природний індекс продажів, індекс цін має бути нижчим, ніж очікувалося. Для x розглянемо індекс цін, прибуток якого зменшується менше ніж на 5%. Стати:

$$[2,68 \times x \times 1,05 + 2,31 \times 0,05] \times 100 = -5\%; x = -5,88\%$$

Отже, для отримання прибутку від продажу не менше ніж необхідної підприємству вартості ціну необхідно знизити не більше ніж на 7% і не більше ніж на 5,88%. Припустимо, тепер індекс цін не можна змінити, а можна встановити лише індекс натуральних продажів, який приймається за x .

Рівняння буде виглядати приблизно так:

$$[2,68 \times (-0,07) (1 + x) + 2,31x] \times 100 = -5\%; x = 6,48\%.$$

Якщо ціну знизити на 7%, природний обсяг продажів повинен збільшитися майже на 6,5%, щоб забезпечити прибуток від продажів, який не відповідає розміру, дозволеному компанією. Якщо розрахований рівень індексу реалістичний щодо попиту на продукцію компанії, він може забезпечити необхідний прибуток. Визначте рівень, необхідний для зміни одного з показників: Ціна або обсяг фізичних продажів, якщо відомі інші показники та встановлені необхідні прибутки від продажу. Для певної суми прибутку (і, отже, певного збільшення) індекс цін і фізичний обсяг продажів взаємозалежні. Стати:

$$\text{Ц}_3 = (\Delta\text{П}_0 / \text{П}_0 - \text{ОЛ}_н \times \text{Н}_3) / \text{ОЛ}_ц (1 + \text{Н}_3); \quad (3.19)$$

$$\text{Н}_3 = (\Delta\text{П}_0 / \text{П}_0 - \text{ОЛ}_н \times \text{Ц}_3) / (\text{ОЛ}_ц \times \text{Ц}_3 + \text{ОЛ}_н). \quad (3.20)$$

Тому, використовуючи операційний леверидж для моделювання фінансових результатів продажів, можна не тільки визначити зміни прибутку порівняно зі значеннями в базовому періоді, але й оцінити фактори, які впливають на ці зміни. Це визначає ціну та динаміку, яку можна продати за видами, та забезпечує необхідну підприємству суму операційного прибутку. Компанії, які знають це, можуть маніпулювати показниками волатильності ціни та природного обсягу продажів у наявній потужності для досягнення бажаних умов продукту [31]. Існує система економічних показників для оцінки ефективності формування витрат на підприємстві (додаток А) [31].

Висновки до 3 розділу

Таким чином, можна спостерігати зростання більшості показників діяльності підприємства; причому приріст прибутку набагато випереджає

приріст витрат, що свідчить про ефективність впровадження запропонованих заходів на даному підприємстві.

1. Ціна одиниці продукції не є визначальним фактором формування прибутку компанії. Оскільки розмір продукту (контент-сервісу) залежить від розміру прибутку компанії, головне занепокоєння зосереджується на обсязі продажів продукту (контент-сервісу).

2. Витрати на збут займають особливе місце в аналізі корпоративних витрат, оскільки безпосередньо впливають на обсяг продажів контент-сервісів. Він може бути прогресивним, пропорційним і регресивним, залежно від життєвого циклу / стадії продажів контент-сервісів компанії.

3. Система управління витратами цієї компанії ще не повністю розроблена і знаходиться на початковій стадії становлення. Організаційні аспекти системи управління витратами розвинені слабо, і немає заходів, щоб визначити, чи встановлені витрати, а відповідальність за дотримання є центральним.

4. Собівартість не тільки не впливає на вартість одиниці змісту, а й на собівартість виробництва одиниці змісту.

5. Витрати на виробництво одиниці контенту вищі за ціну продажу такої ж одиниці контенту.

6. Ціна одиниці чистого вмісту ринку, тобто визначається на основі співвідношення ринкової пропозиції та попиту в цій сфері.

7. Якість – це фактор, що визначає конкурентоспроможність товару

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У підсумку слід зазначити, що дана тема дослідження є дуже актуальною не тільки для цієї компанії, а й для будь-якої компанії, особливо у сфері малого та середнього бізнесу. Адже рівень витрат і динаміка залежить не лише від фінансових результатів окремих підприємств і структурних підрозділів, а й від ефективності національного доходу на рівні держави в цілому. Отже, контроль витрат є одним із найважливіших і складних питань для бізнес-структури.

У процесі створення цих кваліфікованих завдань виконуються основні завдання, але зводяться до досягнення першочергових завдань – удосконалення управління витратами колективного підприємства (на прикладі КП «ІМПА»).

Отже, теоретична частина процесу сертифікації визначає характер і характер витрат і групування з конкретними критеріями класифікації. Розглядаючи основні категорії, такі як вартість і структура, ми описуємо механізм витрат і визначаємо стандартну номенклатуру для статей у калькуляції.

Також ознайомтеся з основними інструментами для аналітики, обліку та управління витратами в малих підприємствах. Детально розглянуто сутність та механізми податкового менеджменту та обліку в малих підприємствах.

Новим у теоретичній частині цього процесу сертифікації є питання комп'ютеризованого управління витратами на малих підприємствах. А саме встановлення передумов та сутності обчислень контролю витрат, обсягу контролю витрат та характеристики комп'ютеризації, джерела визначення ефективності комп'ютера. Легалізація управління витратами в малих підприємствах.

Аналітична частина цього завдання сертифікації є підтвердженням цього завдання. Таким чином враховується загальна характеристика компанії (КП «ІМПА»), визначається мета та вид основної діяльності, аналізуються

основні показники діяльності, розглядається структура власників, функціонує середовище діяльності компанії. розглянуто. , Аналізуються сильні та слабкі сторони, можливості та загрози. Визначено перспективи розвитку компанії на ринку контент-послуг, аналіз основних конкурентів, а також основні конкурентні переваги та ключові фактори успіху.

Крім того, було ретельно досліджено інструмент управління витратами КП «ІМПА», проаналізовано систему управління витратами та досліджено зв'язок між вартістю та конкурентоспроможністю продукції компанії в цій системі.

Аналіз інструменту управління витратами КП «ІМПА» має бути визначений такими висновками, які є важливими для досягнення цілей цього дослідження:

1. собівартість одиниці продукції не є визначальною складовою у формуванні прибутку підприємства; основна турбота зосереджена на обсягах реалізації продукції (контент-сервісів), оскільки їх розмір залежить від розміру прибутку підприємства;

2. маркетингові витрати займають особливе місце в аналізі корпоративних витрат, оскільки вони безпосередньо впливають на обсяг продажів контент-послуг; може бути прогресивним, пропорційним і дегресуючим, залежно від стадії життєвого циклу компанії / продажів контент-сервісу;

3. система управління витратами підприємства розвинена слабо, на ранніх етапах становлення; слабо розроблені організаційні аспекти системи управління витратами, тобто відсутні процедури визначення місця формування витрат і центру відповідальності за відповідність;

4. собівартість не впливає на вартість одиниці змісту, оскільки не впливає на собівартість виробництва одиниці змісту;

5. виробнича собівартість одиниці змісту значно перевищує ціну реалізації такої ж одиниці змісту;

6. ціна одиниці чистого вмісту ринку, тобто визначається на основі

співвідношення ринкової пропозиції та попиту в регіоні;

7. якість – це складова, що визначає конкурентоспроможність товару.

Завершальним етапом дослідження є конструктивна або проектна частина даної кваліфікаційної роботи, яка розробляє та обґрунтовує напрямок ефективного управління витратами КП «ІМПА» (побудова економіко-математичних моделей, розробка альтернатив оптимізації витрат «прямих витрат», Розподіл фіксованих витрат), а також використання методів оптимізації витрат як операційного важеля). Крім того, оцінено вплив запропонованих заходів на ключові показники компанії. В результаті вони мають позитивний ефект, сприяючи покращенню ключових параметрів компанії та формуванню хороших перспектив розвитку на ринку в цій сфері.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адамовська В. С. Брітан Н. В. Удосконалення управлінського обліку витрат операційної діяльності як один з напрямів бізнес-адміністрування. *Агросвіт*, 2015. № 8. С. 58-61.
2. Азьмук Л. Моделювання комбінаційних взаємозв'язків у системі «Витрати–Випуск»: проблеми та шляхи їх розв'язання. *Стратегія економічного розвитку України*, 2006. № 6. С. 231-234.
3. Андрущенко І.С. Класифікація витрат операційної діяльності на підприємствах ресторанного господарства. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг* : зб. наук. праць : у 2 ч. Вип. 1 (11). Харк. держ. ун-т харч. та торг. Харків : ХДУХТ, 2010. С. 216-224.
4. Антонов В. М., Яловий Г.К. Фінансовий менеджмент: сучасні інформаційні технології. Київ : Центр навчальної літератури, 2005. 432 с.
5. Атамас П.Й. Управлінський облік : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 440 с.
6. Бандурка О. М. Фінансова діяльність підприємства : підручник. Київ : Либідь, 2002. 384 с.
7. Бедринець М.Д. Ефективність діяльності суб'єктів підприємництва в сучасних умовах господарювання. *Бізнес Інформ*, 2013. № 4. С. 183–190.
8. Бенькович А. Є., Ломтева І. М., Сначов М. П. Оптимізація витрат діяльності на підприємстві. *Збірник наукових праць Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна «Проблеми економіки транспорту»*, 2017. Вип. 13. С. 7-11.
9. Біла О. Г. Фінанси підприємств : навч. посіб. Львів : Вид-во «Магнолія 2006», 2008. 383 с.
10. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента. Т.1 Киев : Ника-Центр, 2001. 512 с.
11. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента. Т.2 Киев : Ника-

Центр, 2001. -592 с

12. Бланк И. А. Словарь-справочник финансового менеджера. Киев : Ника-Центр, 1998. 480 с.

13. Бланк И. А. Управление финансовой стабилизацией предприятия. Киев : Ника-Центр, 2003. 480 с.

14. Бланк И. А. Управление финансовыми рисками. Киев : Ника-Центр, 2005. 600 с.

15. Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учеб. курс. Киев : Ника-Центр, Эльга, 2002. 528 с.

16. Болюх М.А. та ін. Економічний аналіз : навч. посіб. За ред. акад. АНУ, проф. М.Г. Чумаченка. Вид. 2-ге, перероб. і доп. Київ : КНЕУ, 2003. 556 с.

17. Бондаренко Н.М., Устименко А.К. Собівартість продукції: економічна сутність та її види. *Науковий вісник Херсонського державного університету*, 2015. Випуск 11. Частина 2. С. 51-54.

18. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський фінансовий облік : підручник для студентів. Житомир : Рута, 2003. 726 с.

19. Бутинець Ф.Ф. Витрати виробництва та їх класифікація для потреб управління. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*, 2012. № 1(22). С. 11–18.

20. Бутинець Ф.Ф., Давидюк Т.В., Малюга Н.М., Чижевська Л.В. Бухгалтерський управлінський облік : підручник для студентів за ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. 2-ге вид., перероб. і доп. Житомир : Рута, 2002. 480 с.

21. Бутинець Ф.Ф., Давидюк Т.В., Малюга Н.М., Чижевська Л.В. Бухгалтерський управлінський облік : підручник. Житомир : Рута, 2005. 480 с.

22. Винокуров Д. С. Вексельное обращение. Харьков : Фактор, 2001. 224 с.

23. Войтенко Т., Вороная Н. Усе про облік витрат на виробничому підприємстві. Харків : Фактор, 2005. 272 с.

24. Волонцевич С.О. Розробка економічного механізму оптимізації

структури граничних витрат на промислових підприємствах. *Вісник Харківського національного університету ім. Каразіна*. Харків : ХНУ, 2005. № 668. С. 77-79.

25. Гетьман О. О. Економіка підприємства : навч. посіб. Шаповал В. М. 2-ге видання. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 488 с.

26. Голомб В.В., Дзюба Т.О. Планування та економічне обґрунтування шляхів зниження собівартості продукції. *Інфраструктура ринку*, 2016. Випуск 2. С. 140-143.

27. Гончаров В.М. та ін. Внутрішній економічний механізм підприємства : навч. посіб. Донецьк : СПД Купріянов В.С., 2007. 284 с.

28. Грещак М. Г., Коцюба О. С.. Управління витратами : навч.-метод. посіб. для самот. вивч. дисц. Київ : КНЕУ, 2002. 131 с.

29. Грещак М.Г. та ін. Управління витратами : навч. посіб. за заг. ред. М.Г. Грещака. Київ : КНЕУ, 2008. 264 с.

30. Давидович І. Є. Управління витратами: навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2008. 320 с.

31. Добровський В.М., Гнилицька Л.В., Кортикова Р.С. Управлінський облік: навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2005. 278 с

32. Догадайло Я.В. Калькуляція собівартості робіт організації дорожнього господарства. *Економіка транспортного комплексу*, 2016. Вип. 27. С. 1-12.

33. Домусчи А. О. Зарубіжний досвід управління витратами бізнес-суб'єктів сфери аграрного виробництва. *Аграрний вісник Причорномор'я*. Економічні науки, 2015. Вип. 78(2). С. 49-58.

34. Дон Р. Хенсен, Меріен М. Моувен, Небіл С. Еліас, Девід У. Сєнков. Управлінський облік / Пер. з англ. 5-го канад. вид. О. Григораша та ін. Наук. ред. пер. Н.П. Краснік. Київ : Міленіум, 2002. 974 с.

35. Дошич Г. А. Дослідження актуальних проблем управління витратами підприємства. *Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*. URL: http://www.rusnauka.com/29_DWS_2012/Economics

/10_120778.doc.htm

36. Дробязко С. І. Методичні основи управління витратами підприємства *Економіка підприємства*. Науково-практичний журнал «Академічний огляд». Дніпропетровськ : Видавництво ДУЕП, 2010. № 1 (32). 127 с.

37. Дубей Ю. В. Оперативне і стратегічне управління витратами на промисловому підприємстві. *Економічний вісник*, 2017. № 1 . С. 125-132.

38. Ерохина О.С., Федорович Т.В. Обоснование метода учёта затрат на производство и калькулирования себестоимости продукции в системе управления затратами. *Проблемы учета и финансов*, 2012. № 2 (6). С. 51-58.

39. Збиранник О. М. Економічна сутність поняття витрат виробництва та їх класифікації в умовах сучасної економіки. *Економіка: проблеми теорії та практики*. Збірник наукових праць. Дніпропетровськ : ДНУ, 2005. Вип. 199: В 4 т. Том I. С. 177–182.

40. Ивакина И. И. Управленческий учет. Харьков : Фактор, 2015. 320 с.

41. Измайлова К.В. Сучасні технології фінансового аналізу : навч. посіб. Київ : МАУП, 2003. 148с.

42. Коваленко Л. О., Ремньова Л. М. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ : Знання, 2005. 485 с.

43. Ковтун С., Ткачук Н., Савлук С. Управління затратами. Харків : Фактор, 2007. 272 с.

44. Когут У.І. Критерії класифікації витрат підприємства. *Вісник НУ «Львівська політехніка»*, 2008. № 624. С. 43–49.

45. Козаченко Г. В., Погорелов Ю. С., Хлапьонов Л. Ю., Макухін Г. А. Управління затратами підприємства : монографія. Київ : Лібра, 2007. 320 с.

46. Колісник Г.М. Зарубіжний досвід державного регулювання витратами підприємства та його адаптація в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*, 2016. Випуск 8. Ч. 1. С. 106-111.

47. Корінько М. Д., Тітаренко Г. Б. Концептуальні основи управління витратами суб'єктів господарювання в умовах удосконалення ринкових

відносин. Актуальні проблеми економіки, 2009. № 9. С. 126-131

48. Костирко Р. А. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Харків : Фактор, 2007. 784 с.

49. Костирко Р.О., Тертична Н.В., Шевчук В.О. Комплексна оцінка вартості підприємства : монографія. Харків : Фактор, 2015. 278 с.

50. Крамаренко Г. А., Черная О.Е. Финансовый менеджмент : слайд-конспект. Днепропетровск : ДУЭП, 2015. 164 с.

51. Крамаренко Г. О. Фінансовий аналіз і планування. Київ : Центр навчальної літератури, 2003. 224 с.

52. Крамаренко Г. О., Чорна О. Є. Фінансовий менеджмент : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 520 с.

53. Крапівницька С.М., Зарукевич М. В. Розвиток системи управління витратами підприємства . *Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова*, 2013. URL: http://www.visnyk-onu.od.ua/journal /2013_18_3_1/41.pdf

54. Кужельний М. В., Калюга Є.В., Калюга О.В. Контроль фінансової звітності та правильності її складання. Київ : Ельга, 2001. 240 с.

55. Маниліч М.І., Миронюк О.В. Собівартість продукції: теоретичний аспект. URL : <http://archive.nbuv.gov.ua>

56. Міценко Н.Г., Мизгала С.В. Собівартість як економічна категорія та її місце серед витрат підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*, 2009. № 19(4). С. 129-132.

57. Нападовська Л.В. Управлінський облік : монографія. Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2000. 450 с.

58. Нивен Пол Р. Сбалансированная система показателей: Шаг за шагом: максимальное повышение эффективности и закрепление полученных результатов. Днепропетровск : Балланс Бизнес Букс, 2004. 328 с.

59. Огійчук М.Ф. та ін. Фінансовий та управлінський облік за національними стандартами : підручник. / За ред. проф. М. Ф. Огійчука. 7–те вид., перероб. і допов. Київ : Алерта, 2016. 1040 с.

60. Павловська О. В., Притуляк Н.М., Невмержицька Н.Ю. Фінансовий

аналіз : навч.-метод. посіб. для самот. вивч. дисц. Київ : КНЕУ, 2002. 388 с.

61. Партин Г. О. Управління витратами підприємства: концептуальні засади, методи та інструментарій : монографія. Київ : УБС НБУ, 2008. 219 с.

62. Податковий кодекс України від 02.12.2010р. № 2755-VI. Відомості Верховної Ради України із змінами і доповненнями, внесеними Законами України № 344-VIII від 17.09.2016. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

63. Поддєрьогін А. М., Буряк Л.Д., Калач Н.Ю. Фінансовий менеджмент : навч.-метод. посіб. для самот. вивч. дисц. Київ : КНЕУ, 2001. 294 с.

64. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств : підручник. Київ : КНЕУ, 2002. 571 с.

65. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2014 № 73 URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>

66. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» : Наказ Міністерства фінансів України від 31.12.1999 № 318 URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>

67. Пурій Г. В. Методичні підходи до управління операційними витратами підприємств з метою запобігання банкрутству. *Бізнес Інформ*, 2013. № 5. С. 293-298.

68. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учеб. пособ. Минск : Новое знание, 2002. 704 с.

69. Савчук В. П. Финансовый менеджмент предприятий: прикладные вопросы с анализом деловых ситуаций. Киев : Максимум, 2001. 600с.

70. Семчук І.В., Мазур В.Г. Шляхи підвищення ефективності управління витратами на підприємстві. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 2018. Випуск 22. С. 544-548.

71. Скрипник М. І. Сутність витрат як економічної категорії. *Вісник ЖДТУ*. Серія «Економічні науки», 2009. Вип. 4 (50).

72. Сук Л. Склад та класифікація витрат на підприємствах. *Бухгалтерія в сільському господарстві*, 2007. № 20. С. 46–49.

73. Терещенко О. О. Антикризове фінансове управління на підприємстві : монографія. Київ : КНЕУ, 2004. 268 с.

74. Турило А. М., Кравчук Ю.Б., Турило А.А. Управління витратами підприємства : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 120 с.

75. Турило А. М., Кравчук Ю. Б., Турило А. А. Управління витратами підприємства : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 120 с.

76. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. / за ред. Г.Г. Кірейцева. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 531 с.

77. Цал-Цалко Ю. С. Витрати підприємства : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2013. 656 с.

78. Цимбалюк Л. Г., Скригун Н. П., Антошкіна Л. І. Формування та управління витратами виробництва. Донецьк : Юго-Восток, 2009. 240 с.

79. Цимбалюк Л. Г., Скригун Н. П. Чинники, резерви та шляхи зниження витрат виробництва як основа зменшення ціни товару. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*, 2011. № 3(15). С. 88-95.

80. Цуркан І. М., Бурлак К. В. Удосконалення управління витратами сільськогосподарського підприємства на основі економіко-математичного моделювання. *Науковий диспут: питання економіки та фінансів*: збірник тез наукових робіт IV Міжнародної науково-практичної конференції, 2015 р. С. 68-71.

81. Чебанова Н.В., Чупир Т.Я., Василенко Ю.А. Фінансова звітність підприємств : навч. посіб. Харків : Фактор, 2006. 444 с.

82. Череп А. В. Управління витратами суб'єкта господарювання : монографія. Ч. I. 2-ге вид., стереотип Харків : ВД «Інжек», 2007. 368 с.

83. Череп А. В. Управління витратами суб'єктів господарювання : монографія у II ч.: 2-ге вид. Харків : ІНЖЕК, 2007. 360 с.

84. Череп А.В. Управління собівартістю : монографія. Харків : ІНЖЕК, 2005. 376 с.

85. Ясінська А. І. Сутність управління витратами на вітчизняних підприємствах. Національний університет «Львівська політехніка», 2007. URL: <http://vlp.com.ua/files/54.pdf>.

86. Sen A. Development as Capability Expansion. Journal of Development and Planning. 1989. № 19.

87. Absetzung für Abnutzung (AfA-Tabelle) Österreich. Bundesministeriums für Finanzen. URL: <https://www.bmf.gv.at>. (дата звернення: 29.10.2017).

88. Modified Accelerated Cost Recovery System (MACRS). USA. Bureau of Economic Analysis. URL: <http://www.bea.gov>. (дата звернення: 29.10.2017).

89. Accounting Information Systems by Marshall B. Romney, Paul J. Steinbart Hardcover, Tenth Edition, 2005. 805 pages.

90. Jerry J. Weygandt, Donald E. Kieso, Paul D. Kimmel John Wiley & Sons Financial Accounting: IFRS., 2010. 848 pages.

ДОДАТКИ

Додаток А – Аналіз та оцінка витрат КП «ІМПА»

Показник	Методика розрахунку показника	Економічний зміст показника	За фінансовою звітністю		Рівень безбитковості	
			Факт.	Розрах.	Факт.	Розрах.
1	2	3	4	5	6	7
Коефіцієнт покриття виробничих витрат	<u>Валова продукція</u> Операційні витрати	Скільки валової продукції створюється на підприємстві за рахунок 1 грн. операційних витрат	1,9	2,47	1,5	1,42
Коефіцієнт окупності виробничих витрат	<u>Операційні витрати</u> Валова продукція	Які витрати несе підприємство, щоб одержати 1 грн. валової продукції	0,53	0,4	0,67	0,7
Коефіцієнт покриття реалізованих виробничих витрат	<u>Чистий дохід</u> Собівартість реалізованої продукції	Скільки чистого доходу створює підприємству 1 грн. виробничих витрат	88,21	68,18	88,21	16,18
Коефіцієнт окупності реалізованих виробничих витрат	<u>Собівартість реалізованої продукції</u> Чистий дохід	Які виробничі витрати несе підприємство, щоб одержати 1 грн. чистого доходу	0,01	0,014	0,01	0,014
Коефіцієнт покриття постійних витрат	<u>Чистий дохід</u> Постійні витрати	Скільки чистого доходу створює 1 грн. постійних витрат	1,3	1,71	1,02	0,97
Коефіцієнт окупності постійних витрат	<u>Постійні витрати</u> Чистий дохід	Які постійні витрати несе підприємство, щоб одержати 1 грн. чистого доходу	0,77	0,58	0,98	1,03
Коефіцієнт покриття адміністративних витрат	<u>Чистий дохід</u> Адміністративні витрати	Скільки чистого доходу створює 1 грн. адміністративних витрат	11,69	15,25	9,21	8,64
Коефіцієнт окупності адміністративних витрат	<u>Адміністративні витрати</u> Чистий дохід	Які адміністративні витрати несе підприємство, щоб отримати 1 грн. чистого доходу	0,09	0,07	0,11	0,12
Коефіцієнт ефективності загальногосподарського управління	<u>Валова продукція</u> <u>Адміністративні витрати</u>	Скільки валової продукції створює підприємству 1 грн. адміністративних витрат	14,03	18,31	11,05	10,37
Коефіцієнт витратомісткості загальногосподарського управління	<u>Адміністративні витрати</u> <u>Операційні витрати</u>	Яка питома вага адміністративних витрат в операційних витратах	0,14	0,14	0,14	0,14
Коефіцієнт валової віддачі адміністративних витрат	<u>Адміністративні витрати</u> <u>Валова продукція</u>	Які адміністративні витрати несе підприємство, щоб одержати 1 грн. валової продукції	0,07	0,05	0,09	0,1
Коефіцієнт навантаження адміністративних витрат	<u>Операційні витрати</u> <u>Адміністративні витрати</u>	Рівень навантаження операційних витрат на 1 грн. адміністративних витрат	7,38	7,4	7,36	7,31
Коефіцієнт координації у співвідношенні операційних і адміністративних витрат	<u>Операційні витрати – Адміністративні витрати</u> <u>Адміністративні витрати</u>	Скільки операційних витрат формується 1 грн. адміністративних витрат	6,38	6,4	6,36	6,31

Продовження Додатку А

1	2	3	4	5	6	7
Коефіцієнт координації адміністративних витрат у співвідношенні в операційних витратах	<u>Адміністративні витрати</u> Операційні витрати – Адміністративні витрати	Рівень співвідношення адміністративних витрат на 1 грн. операційних витрат	0,16	0,16	0,16	0,16
Коефіцієнт ефективності постійних витрат	<u>Валова продукція</u> Постійні витрати	Скільки валової продукції створює 1 грн. постійних витрат	1,56	2,05	1,23	1,16
Коефіцієнт витратомісткості постійних витрат	<u>Постійні витрати</u> Операційні витрати	Яка питома вага постійних витрат в операційних витратах	1,22	1,21	1,22	1,22
Коефіцієнт валової віддачі постійних витрат	<u>Постійні витрати</u> Валова продукція	Які постійні витрати несе підприємство, щоб одержати 1 грн. валової продукції	0,64	0,49	0,82	0,86
Коефіцієнт навантаження постійних витрат	<u>Операційні витрати</u> Постійні витрати	Рівень навантаження операційних витрат на 1 грн. постійних витрат	0,82	0,83	0,82	0,82
Коефіцієнт координації у співвідношенні змінних і постійних витрат	<u>Змінні витрати</u> Постійні витрати	Рівень співвідношення змінних і постійних витрат (скільки змінних витрат припадає на 1 грн. постійних витрат)	0,29	0,29	0,23	0,16
Коефіцієнт координації у співвідношенні постійних і змінних витрат	<u>Постійні витрати</u> Змінні витрати	Рівень співвідношення постійних і змінних витрат (скільки постійних витрат припадає на 1 грн. змінних витрат)	3,48	3,48	4,42	6,14
Коефіцієнт ефективності змінних витрат	<u>Валова продукція</u> Змінні витрати	Скільки валової продукції створює 1 грн. змінних витрат	5,42	7,14	5,42	7,14
Коефіцієнт валової віддачі змінних витрат	<u>Змінні витрати</u> Валова продукція	Які змінні витрати несе підприємство, щоб одержати 1 грн. валової продукції	0,18	0,14	0,18	0,14
Коефіцієнт покриття витрат на збут	<u>Чистий дохід</u> Витрати на збут	Скільки чистого доходу формує 1 грн. витрат на збут	2,09	2,73	1,65	1,55
Коефіцієнт окупності витрат на збут	<u>Витрати на збут</u> Чистий дохід	Які витрати на збут несе підприємство, щоб одержати 1 грн. чистого доходу	0,48	0,37	0,61	0,65
Коефіцієнт витратомісткості збутової діяльності підприємства	<u>Витрати на збут</u> <u>Операційні витрати</u>	Яка питома вага витрат на збут в операційних витратах	0,76	0,75	0,76	0,76
Коефіцієнт навантаження витрат на збут	<u>Операційні витрати</u> Витрати на збут	Рівень навантаження операційних витрат на 1 грн. витрат на збут	1,32	1,33	1,32	1,32
Коефіцієнт координації у співвідношенні операційних витрат і витрат на збут	<u>Операційні витрати – Витрати на збут</u> Витрати на збут	Скільки операційних витрат формує 1 грн. витрат на збут	0,32	0,33	0,32	0,32
Коефіцієнт координації витрат на збут у співвідношенні в операційних витратах	<u>Витрати на збут</u> <u>Операційні витрати – Витрати на збут</u>	Рівень співвідношення витрат на збут на 1 грн. операційних витрат	3,13	3,03	3,13	3,13

Продовження Додатку А

1	2	3	4	5	6	7
Коефіцієнт витратомісткості загальногосподарського управління в постійних витратах	<u>Адміністративні витрати</u> Постійні витрати	Яка питома вага адміністративних витрат в постійних витратах	0,11	0,11	0,11	0,11
Коефіцієнт витратомісткості збутової діяльності в постійних витратах	<u>Витрати на збут</u> Постійні витрати	Яка питома вага витрат на збут в постійних витратах	0,62	0,63	0,62	0,63
Коефіцієнт координації у співвідношенні витрат на збут і адміністративних витрат	<u>Витрати на збут</u> Адміністративні витрати	Рівень співвідношення витрат на збут на 1 грн. адміністративних витрат	5,59	5,58	5,59	5,58
Коефіцієнт координації у співвідношенні адміністративних витрат і витрат на збут	<u>Адміністративні витрати</u> Витрати на збут	Рівень співвідношення адміністративних витрат на 1 грн. витрат на збут	0,18	0,18	0,18	0,18
Коефіцієнт окупності виробничих витрат	Собівартість реалізованої <u>продукції</u> Валовий прибуток	Скільки виробничих витрат необхідно підприємству, щоб створити 1 грн. валового прибутку	0,01	0,014	0,01	0,015
Валова рентабельність (прибутковість) виробничих витрат	<u>Валовий прибуток</u> Собівартість реалізованої продукції	Скільки одержує підприємство валового прибутку з 1 грн. виробничих витрат	87,22	67,18	87,21	67,19
Коефіцієнт окупності чистого доходу	<u>Чистий дохід</u> Валовий прибуток	Скільки чистого доходу необхідно, щоб створити 1 грн. валового прибутку	1,01	1,01	1,01	1,015
Валова рентабельність (прибутковість) чистого доходу	<u>Валовий прибуток</u> Чистий дохід	Скільки одержує підприємство валового прибутку з 1 грн. чистого доходу	0,99	0,99	0,99	0,99
Коефіцієнт окупності операційних витрат	<u>Операційні витрати</u> Фінансовий результат від операційної діяльності	Скільки операційних витрат необхідно підприємству, щоб створити 1 грн. прибутку від операційної діяльності	1,71	0,94	-	-
Рентабельність (прибутковість) операційних витрат	Фінансовий результат від <u>операційної діяльності</u> Операційні витрати	Скільки одержує підприємство прибутку від операційної діяльності з 1 грн. операційних витрат	0,58	1,06	0	0
Коефіцієнт окупності операційних витрат в процесі господарської діяльності	<u>Операційні витрати</u> Фінансовий результат від господарської діяльності	Скільки операційних витрат необхідно підприємству, щоб створити 1 грн. прибутку від господарської діяльності	3,04	1,08	-	-
Рентабельність (прибутковість) операційних витрат в процесі господарської діяльності	<u>Фінансовий результат від господарської діяльності</u> Операційні витрати	Скільки одержує підприємство прибутку від господарської діяльності з 1 грн. операційних витрат	0,33	0,92	0	0
Коефіцієнт чистої окупності операційних витрат	<u>Операційні витрати</u> Чистий прибуток	Скільки операційних витрат необхідно, щоб створити 1 грн. чистого прибутку	0,98	0,59	-	-
Чиста рентабельність (прибутковість) операційних витрат	<u>Чистий прибуток</u> Операційні витрати	Скільки одержує підприємство чистого прибутку з 1 грн. операційних витрат	1,02	1,69	0	0