

4. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері реформування системи державного фінансового контролю до 2020 року» від 10.05.2018 р. № 310-р.

Греченко Руслан Ігорович

*Таврійський Державний Агротехнологічний Університет імені Дмитра Моторного
(м. Мелітополь)*

Науковий керівник: к.е.н, доцент Костякова А.А.

КАЛЬКУЛЮВАННЯ ВИТРАТ ЗА ПОВНИМ ЖИТТЄВИМ ЦИКЛОМ ПРОДУКТУ

На сьогодні актуальним питанням є розробка нових і вдосконалення наявних методологічних підходів і методів управлінського обліку, спрямованих на безперервне вдосконалення діяльності. До таких підходів, в першу чергу, слід віднести: калькулювання життєвого циклу, цільове калькулювання і калькулювання для безперервного вдосконалення.

Багато учених, таких як К. Уорд, Дж. Фостер, Д. П. Вебер, Р. С. Каплан, Ч. Хорнгрен, С. Ф. Голов, Т. Н. Назарчук, В. О. Озеран, О. М. Стойловська, В. В. Ходзинська, В. Р. Шевчук та ін. досліджували проблеми калькулювання витрат за етапами життєвого циклу продукту та заклали інформаційну базу для активізації нових пропозицій щодо теорії та методології стратегічного управлінського обліку.

Мета полягає в дослідженні методу калькулювання витрат на етапах життєвого циклу продукту як оптимального способу управління витратами в стратегічному управлінському обліку.

Система стратегічного управлінського обліку має широкі цілі, однією з яких є формування інформації про калькулювання витрат на етапах життєвого циклу продукції (LLC аналіз) для прийняття ефективних управлінських рішень.

Калькулювання витрат за повним життєвим циклом продукту оцінює і обліковує витрати за весь термін життя продукту з метою визначення, чи забезпечують прибутки, одержані від нього на етапі виробництва, відшкодування витрат на довиробничій та післявиробничій стадіях, в той час як традиційний управлінський облік основну увагу приділяє виробничому етапу життєвого циклу продукту. Калькуляція витрат за весь життєвий цикл продукту допомагає менеджерам зрозуміти доцільність розробки і виготовлення продукту та виявити ділянки, на яких зменшення витрат може бути найбільш ефективним. Даний процес обліковує витрати і надходження протягом декількох календарних періодів, що охоплюють все життя продукту, тобто за основу береться не період, а продукт.

Чим складніший та трудомісткий вид продукції, тим більшої деталізації обліково-аналітичної інформації про витрати він потребуватиме. Розрахунок окремих елементів

витрат для кожної стадії життєвого циклу продукції здійснюється різними методами, в залежності від їх складності, значимості та особливостей. Також в залежності від цілі кожного етапу пропонуються різні способи їх оптимізації.

На думку провідних вчених, досі не існує єдиного ґрунтовного підходу до визначення поняття «життєвий цикл товару» та повністю не досліджено його етапи. Так, Т.В. Григорчук [6] виділяє такі стадії життєвого циклу продукції, як: розробка, зростання, зрілість, спад.; Р. А. Фатхутдінов [7] виділяє сім стадій: стратегічного маркетингу, науково-дослідних робіт, організаційно-технологічної підготовки нового виробництва, виробництва, підготовки товару до функціонування, експлуатації і ремонтів, утилізації товару.

На нашу думку, доцільно виокремлювати наступні етапи життєвого циклу виробу:

- 1) етап науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, розробки та проектування;
- 2) безпосередньо виробництво продукції;
- 3) етап утилізації або виведення продукції з ринку (післявиробничого обслуговування) [2].

На першому етапі доцільно застосовувати систему таргет–костинг, тобто визначати ринкову ціну виробу та планувати прибуток завчасно і на основі цього визначати собівартість [3, с. 410].

На етапі виробництва доцільно застосовувати кайзен–костинг, тобто зниження витрат до певного цільового рівня, до якого підприємство має змогу знижувати витрати.

На етапі утилізації (виведенні продукції з ринку) доцільно застосувати бенчмаркінг, суть якого полягає у співставленні досвіду одного підприємства з досвідом іншого, більш конкурентоспроможного, яке займає провідні позиції на ринку [5, с. 154].

Отже, на кожному етапі життєвого циклу продукції, важливим є пошук резервів зниження витрат

- на першому етапі закладається собівартість продукції, а відповідно і прибутковість та час перебування її на ринку, тобто визначається тривалість життєвого циклу виробу;
- на другому етапі, в першу чергу, приділяють увагу недопущенню перевитрат коштів, а не скороченню витрат;
- на третьому етапі пропонується застосування досвіду бенчмаркінгу, як один із ключових факторів зниження собівартості продукції, де, будь-яке, підприємство зацікавлене у якнайдовшому перебуванні його продукції на ринку, оскільки від цього залежить обсяг отриманого прибутку від його реалізації та закріплення позицій на ринку.

Література:

1. Грещак М. Г. Управління витратами : навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / М. Г. Грещак, О. С. Коцюба - К. : КНЕУ, 2002, - 131 с.

2. Скрипник М. І. Життєвий цикл та методи калькулювання за стадіями [Електронний ресурс] / М. І. Скрипник. – Режим доступу з: http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_gum/Vzhdtu_econ/2010_1/24.pdf
3. Афанасьєв М. В. Економіка підприємства: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / [За редакцією проф. М. В. Афанасьєва]. - Х. : ВД "ІНЖЕК", 2003. - 410 с.
4. Желтова М. Ф. Кайзен-костинг и таргет-костинг как направление повышения эффективности деятельности предприятий АПК [Текст] / М. Ф. Желтова, И. Ф. Меркулова // Молодой ученый. - 2013. - №12. - 231 с.
5. Козак Н. Бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності компанії / Н. Козак // Управління компанією. Ринок капіталу - 2007. - № 1-2 (січень). - С. 154 - 156.
6. Григорчук Т.В. Маркетинг: навч. посіб. / Т.В. Григорчук. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sites.google.com/site/marketingdistance/pro-posibnik>
7. Организация производства: Учебник / Р.А. Фатхутдинов. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/97024>

Гридовий Юрій Андрійович

Львівський національний університет імені Івана Франка

(м. Львів)

Науковий керівник: к.е.н., доцент Шот А.П.

АНАЛІЗ ПРИЧИН ТА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЗА УХИЛЕННЯ ВІД СПЛАТИ ЄСВ

Основною причиною порушення роботодавцями законодавчих вимог щодо нарахування і сплати ЄСВ є те, що ставка даного внеску (станом на 01.01.2019 р. – 22%) є обтяжливою і не вигідною для вітчизняного бізнесу. Через це роботодавці неохоче наймають працівників, не оформляють найнятих працівників, а укладають із ними договори як із фізичними особами-підприємцями. Оскільки ЄСВ за своєю суттю, є податком на найману працю: більше працівників – більше потрібно платити ЄСВ. Тоді як державі вигідно, щоб ЄСВ сплачували за усіх фактично працюючих працівників і з усієї суми їх доходу.

Іншими причинами ухилення від ЄСВ є помилки допущені при складанні звітності з ЄСВ. Найбільш поширеними помилками є:

- не відображено дані про початок та припинення трудових відносин роботодавця із застрахованою особою;
- допускаються помилки при проставленні ознак про наявність трудової книжки, про