

4. Рошило В.І. Джерела фінансування інноваційного розвитку: монографія. – Чернівці: Книги – XXI, 2006. – 272 с.

5. Первинний та аналітичний облік на підприємстві // навчальний посібник / П.М. Гарасим, Г.П. Журавель, Р.Ф. Бруханський, П.Я. Хомин. – Тернопіль. – 2005. – 464 с.

6. Пуцентейло П.Р. Особливості функціонування аналітичного забезпечення підприємств / П.Р. Пуцентейло // Інноваційна економіка. – 2015. – № 1 (56). – С. 194–198.



Сніжана Радик

Тернопільський національний економічний університет

TARGET I KAIZEN COSTING ЯК ПРОГРЕСИВНІ ВЕКТОРИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

Протягом останніх десятиліть з'являлися критичні висловлювання з приводу традиційних прийомів управлінського обліку у зв'язку з нереалізованими запитами стратегічного менеджменту у глобалізованому економічному просторі. Неминучою стала поява нових підходів, які більше відповідають сучасному конкурентному середовищу ведення бізнесу. Зокрема, в якості нового підходу активно пропагується стратегічний управлінський облік. Сфера його застосування значно розширилася в порівнянні із класичним управлінським обліком і надала великі можливості та переваги у впровадженні нового спектру інструментів, прийомів, методів формування прогресивних, економічно-ініціативних, конкурентоспроможних бізнес-одиниць.

Практична реалізація стратегічного управління потребує прогресивного інструментарію. Щодо ретроспективності методів, технік, інструментів стратегічного управлінського обліку існують такі погляди науковців: Л.В. Нападовська, згадує, що розширення впливу на господарську діяльність вимагало використання нових методів управлінського обліку, до яких слід віднести управлінський облік, спрямований на управління якістю, облік за функціями, стратегічний управлінський облік [3, с. 340], Р.Ф. Бруханський зазначає, що використовуються аналітичні інструменти, які знайшли широке застосування у сфері стратегічного менеджменту, маркетингу та інших дисциплінах, які пов'язані з вивченням зовнішнього середовища підприємства [1, с. 235], С.П. Суворова наголошує на необхідності подальшого розвитку загальної теорії та методології стратегічного управлінського обліку і у розробці комплексних методик його організації [4, с. 6].

Тож, серед усього інструментарію, який знаходиться на стадії свого становлення, найбільшу увагу хочемо приділити інструментам, що довели свою дієвість, починаючи з витоків управлінського обліку, а, вдосконалившись, знайшли своє застосування у стратегічному управлінському обліку – це target i kaizen costing.

Серед калькуляційних прийомів управлінського обліку для стратегічних цілей найбільшою популярністю користується цільова калькуляція собівартості target costing [1, с.237]. Розглядаємо його як цілісну концепцію управління, підтримуючу стратегію зниження витрат і реалізуючу функції планування виробництва і калькулювання цільової собівартості в порівнянні з ринковими реаліями. Тобто, тут мова йде про необхідність стратегічного планування і визначення спершу ціни товарної продукції, обрахунку прибутку, а в кінцевому результаті, досягнення запланованої собівартості. Відштовхуючись від цього, якщо ціна буде конкурентоспроможною, то прибутковість фірми – забезпечена. Таким чином, класична формула собівартості дещо видозмінюється: ціна – прибуток = собівартість. Скорочення затрат здійснюється поетапно: визначення можливої ціни за одиницю продукції, визначення цільової собівартості за одиницю в цілому,

порівняння цільової і можливої ціни реалізації, перепроєктування продукту і одночасне внесення покращень.

Згідно концепції target costing: 1) ринкова ціна трактується як «цільова ціна» (target price); 2) очікувана (бажана) норма прибутку визнається «цільовим прибутком» (target profit); 3) собівартість продукту, розрахована за залишковим принципом, носить назву «цільова собівартість» (target cost) [2, с. 312].

Вперше даний інструмент впровадила в практику корпорація Toyota. Історія target costing також пов'язана із довоєнною Німеччиною - випуском «народного» автомобіля VolksWagen, який повинен був стати доступним найширшим верствам населення, водночас, не повинен був бути збитковим для виробника.

Зокрема, Toyota вдалося не лише випустити достойний продукт на рівні бізнес-одиниці, а й на геополітичному та гео економічному рівні забезпечити прогресивний розвиток японської економіки та економік партнерів. Наприклад, за Кіотським протоколом невикористані квоти на викиди парникових газів Україна передала Японії в обмін на гібридні Toyota Prius, які є результатом вдалого впровадження target costing.

Не менш актуальний інструмент kaizen costing. Він, на нашу думку, є процесом зниження витрат упродовж виробничої стадії життєвого циклу шляхом безупинного пошуку поліпшень. Даний метод за своїм призначенням нагадує калькулювання. Зауважимо, що цей інструмент також має приклади успішного впровадження. Єдине підприємство в Україні, яке уповноважене виготовляти напої під товарними знаками, що належать Coca-Cola Company – «Кока-Кола Беверіджиз Україна» розпочала впровадження kaizen costing або kaizen-калькулювання. Сьогодні ж 90% співробітників українського заводу залучені в «kaizen». Компанія займає лідируючі позиції в своєму сегменті.

Отже, використання як синергетично, так і відокремлено інструментів target costing (гіпотетичної стратегії створення цінності товару і його реалізації) та kaizen costing (поетапного пошуку поліпшень безпосередньо під час виготовлення товару), дає можливість генерувати нові вектори прогресу у стратегічному управлінні.

Література

1. Бруханський Р. Ф. Облік і аналіз у системі стратегічного менеджменту аграрного підприємництва : монографія / Р. Ф. Бруханський. – Тернопіль : ТНЕУ, 2014. – 384 с.

2. Бухгалтерський облік: навчальний посібник / Р. Ф. Бруханський, О. П. Скирпан. – Тернопіль: ТНЕУ, 2014. – 444 с.

3. Нападівська Л.В. Управлінський облік: монографія / Л.В. Нападівська. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2000. – 450 с.

4. Суворова С. П. Формирование стратегического управленческого учета на промышленных предприятиях: теория и методология : дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.12 «Бухгалтерский учет, статистика» / С. П. Суворова. – Орел, 2007. – 319 с.



Ольга Романишин

Тернопільський національний економічний університет

МИТНО-ТАРИФНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ М'ЯСОПРОДУКТОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ

Формування експортно-імпортних відносин є важливим напрямом державного економічного регулювання, яке дає змогу впливати на зовнішньоекономічну діяльність суб'єктів господарювання. Основні положення регулювання торговельних відносин викладені у Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність»,