

УДК 65.01

Абдуллаев Эльвин

**МЕТОДИКА ОПТИМИЗАЦИИ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ
ПРЕДПРИЯТИЯ**

В статье уделено внимание путям оптимизации доходов и расходов предприятия в условиях рыночной экономики. Акцентировано внимание на оценку необходимых мер, которые нужно предпринять с целью увеличения доходов и сокращения расходов. В статье рассмотрены методы снижения расходов, влияющих на себестоимость продукции. Выделена прерогатива та значение процесса снижения расходов до минимума с использованием метода ABC.

Ключевые слова: доходы, расходы, прибыль, оптимизации, расходные носители, метод ABC.

Абдуллаев Эльвін

**МЕТОДИКА ОПТИМІЗАЦІЇ ДОХОДІВ І ВИТРАТ
ПІДПРИЄМСТВА**

У статті приділено увагу шляхам оптимізації доходів і витрат підприємства в умовах ринкової економіки. Акцентовано увагу на оцінку необхідних заходів, які потрібно вжити з метою збільшення доходів і скорочення витрат. У статті розглянуті методи зниження витрат, що впливають на собівартість продукції. Виділена прерогатива та значення процесу зниження витрат до мінімуму з використанням методу ABC.

Ключові слова: доходи, витрати, прибуток, оптимізації, витратні носії, метод ABC.

THE METHOD OF OPTIMIZING THE INCOME AND EXPENDITURE OF THE ENTERPRISE

In article attention is paid to ways of optimization of income and expenses of the enterprise in the conditions of market economy. Attention has been paid to assessment of necessary measures which need to be undertaken for the purpose of increase in income and cut in expenditure. In article methods of decrease in the expenses influencing on cost of production have also been discussed. And also discussed about a special role of process of decrease in expenses to a minimum with use of the ABC method.

Keywords: revenue, expense, optimization, profit, expense carriers, ABC method.

Постановка проблемы. В условиях развитой современной рыночной экономики основной целью каждого предприятия заключается в получении высокой прибыли. Поэтому в основу исследования были положены наработки, связанные с подходами в оптимизации деятельности предприятий.

Цель статьи заключается в разработке методики оптимизации доходов и расходов на предприятиях и дальнейшего её внедрения.

Основной материал исследования.

Высокий объем прибыли в значительной степени зависит от уровня доходов и расходов, их оптимизации. Под оптимизацией доходов и расходов понимается поиск и выявление дополнительных вариантов их снижения/повышения, применения на практике. Для увеличения оптимизации доходов следует обратить внимание на следующее:

1. Пути повышения прибыли.

- увеличение объема выпуска и продажи продукции. С этой целью увеличение объема продаж через интернет является одним из основных факторов.

- улучшение качества продукции с использованием нового технологического оборудования. В производстве можно увеличить качество продукции путем использования новых достижений

технологии и привлечением нового оборудования. В то же время повышение уровня образования работников окажет в значительной степени положительное влияние на качество продукции.

- продажа или сдача в аренду неиспользуемого оборудования.

Продажа или сдача в аренду оборудования, которые пригодны к эксплуатации, но по определенным причинам не используются на предприятиях, также может привести к повышению дохода.

- эффективное использование товарно-материальных запасов и трудовых ресурсов. Компьютеризация и автоматизация производства приводит к рациональному использованию товарно-материальных и трудовых ресурсов, что в свою очередь, является причиной повышения дохода.

2. Пути повышения рентабельности

- сокращение расходов по производству и продаже продукции

- повышение стоимости продукции путем улучшения его качества

- улучшение производственных фондов

- увеличение объема производства и управления.

Одним из способов оптимизации доходов считается управление себестоимости продукции при минимизации потерь при продаже продукции. Для решения проблемы минимизации потерь должна быть составлена специальная программа. Эта программа должна носить комплексный характер и направлена на изучение факторов, влияющих на уменьшение потерь.

Составной частью этой программы является увеличение прибыли путем воздействия на трудоемкие и трудоспособные показатели посредством использования новой техники и технологии, материальных ресурсов. По этой причине, наряду с товарным трудом, надо искать пути сокращения расходов живого труда, что приводит к увеличению прибыли.

Большое внимание уделяется этому источнику на трудоемких производственных сферах.

Использование произведенных в стране и за рубежом машин и оборудования; повышение трудовой продуктивности и уменьшение трудоемкости продукции, путем применения в производстве испытанных на практике новых технологий; сокращение ненужных штатов и рабочих мест; усовершенствование системы и структуры

управления; объединение мелких цехов и производственных сфер; уменьшение трудовых затрат на повторные работы по исправлению бракованной продукции; устранение оплат за простои и дополнительное рабочее время во время праздничных, нерабочих дней и проведение других организационно-технических мероприятий, направленных на сокращение заработной платы – всё это может привести к увеличению прибыли. В силу того, что организационно-технические мероприятия по снижению заработной платы различны, отличаются и методы расчета их влияния на затраты и прибыль.

Мы знаем, что расходы работников имеют специальный удельный вес в себестоимости продукции. Поэтому сокращение этих расходов положительно скажется на снижении себестоимости продукции. Сокращение числа работников в штатном расписании и передача определенных работ, так называемый, аутсорсинг компаний – является одним из способов уменьшения расходов. Сущность этих компаний заключается в том, что предприятие на основании договора, передает ряд работников, работающих на различных должностях из штатного расписания в состав другой компании. В результате предприятие сберегает следующие расходы:

- подоходный налог за этих работников;
- расходы по социальным выплатам;
- отпускные и командировочные расходы;
- расходы на питание;
- расходы по аренде офисов;
- коммунальные расходы и другие подобные расходы, связанные с работниками.

Рост эффективности производства в значительной степени зависит от технологических факторов. Они охватывает следующее:

- повышение качества продукции, работ и услуг;
- применение высокопроизводительных и современных машин и оборудования;
- повышение уровня механизации и автоматизации производства;
- использование энергосберегающих технологий;
- использование высокоэффективных материалов.

На практике существуют следующие методы сокращения расходов:

- применении закона Pareto;
- метод ABC (active base costing);
- метод Target-costing;
- метод Kaizen-costing.

Согласно закону Pareto, понимается определение и раскрытие более важных с экономической точки зрения статей расходов. Исходя из требований закона, для получения 80%-й эффективности нужно определить статьи расходов, имеющих основное преимущество в размере 20%. Таким образом, чтобы сэкономить расходы и получить прибыль, необходима оптимизация особо важных расходов и предотвращение их постоянного увеличения.

Метод ABC впервые был разработан Робертом Каплан и Уильямом Бернсом в конце 1980-х годов. Сначала этот метод служил сокращению материальных расходов и затрат по заработной плате путем повышения технологического развития и производительности на предприятиях. Но потом с помощью этого метода было использовано разделение накладных расходов на единицу каждой произведенной продукции. Объектом калькуляции и анализа этого метода являются продукты, процессы, клиенты (поставщики) и сегмент рынка. При этом методе расходы распределяются по статьям затрат процесса. В то же время этот метод играет важную роль в решении следующих вопросов:

- уменьшения расходов определения уровня реальных затрат и их оптимизации;
- распределение расходов по калькуляционным статьям позволяет определить нижний предел цены;
- определение стоимости операции.

Определение алгоритма себестоимости продукции по методу ABC состоит из следующих этапов:

I. Определение основных процессов, связанных с производством.

II. Определение для каждого процесса расходов и их носителей.

III. Применение ставки расходных носителей (cost driver) по виду продукции. Расходные носители (cost driver) – отражают измерение активности деятельности. Его расчет производится с помощью следующей формулы:

$$R_d = P / D$$

где R_d – ставка (степень) расходного носителя;
 P – объем затрат по процессу;
 D – расходные носители (число операций).

А сейчас обратим внимание на расчет себестоимости продукции с помощью этого метода. В нижеследующей таблице даны сведения о произведенной продукции (табл. 1).

Таблица 1

Расчет себестоимости производства фруктовых деревьев по обычному методу на предприятии А

Показатели	Яблоко	Груша	Алыча
Одноразовые расходы	9629	375	542
Заработная плата	6696	216	108
Накладные расходы	3619	116	58
Всего расходы	19944	707	708
Объем производства	2386	70	37
Себестоимость	8.36	10.10	19.14

В следующих таблицах приведены исходные значения и результаты расчетов степени расходного носителя (табл. 2 – 5).

Таблица 2

Расходные носители по каждому процессу с использованием метода ABC

Затраты по процессам	Расходные носители	Расходы по процессам (манат)
1	2	3
Перевозка товаров на склад	Количество перевозок	1092160.00
Перевозка товаров на продажу	Количество перевозок	123360.00
Перевозка работников на рабочее место	Количество перевозок	17000.00
Ремонт	Количество ремонтов	1518830.00

Продолж табл. 2

1	2	3
Износ	Количество использования	625368.00
Затраты электроэнергии на склад	Время хранения	408760.00
ВСЕГО		3785478.00

Таблица 3

Средние параметры процессов

Показатели	Яблоко	Груша	Алыча	Всего
Перевозка товаров на склад	1484	386	180	2050
Перевозка товаров на продажу	105	48	30	183
Перевозка работников на рабочее место	332	132	84	548
Ремонт	14	8	12	34
Износ	800	200	105	1105
Затраты электроэнергии на склад	100	53	19	172

Таблица 4

Расчет расчетных носителей по процессам

Показатели	Общий расход процесса, тыс манат	Количество параметров каждого вида	Расходный носитель, манат
Перевозка товаров на склад	1,092	2050	0.53
Перевозка товаров на продажу	123.36	183	0.67
Перевозка работников на рабочее место	17	548	0.03
Ремонт	1518.83	34	44.67
Износ	625.37	1105	0.57
Затраты электроэнергии на склад	408.76	172	2.38

$$Rd = 1092/2050 = 0.53 \text{ манат}$$

Таблица 5

Расчет себестоимости продукции по методу ABC

Показатели	1	2	3
Одноразовые расходы	9629	375	542
Заработная плата	6696	216	108
Накладные расходы			
Перевозка товаров на склад	790.62	205.65	95.90
Перевозка товаров на продажу	70.78	32.36	20.22
Перевозка работников на рабочее место	10.30	4.09	2.61
Ремонт	625.40	357.37	536.06
Износ	452.76	113.19	59.42
Всего расходы	237.65	125.96	45.15
Объем производства	18512.51	1429.61	1409.36
себестоимость	2386	70	37
Количество произведенной продукции	7.76	20.42	38.09

Как видно из таблицы, расчет себестоимости продукции по обычному методу и методом ABC метода в значительной степени отличаются друг от друга. Таким образом, меняя метод, удалось точно определить долю накладных расходов в каждой произведенной продукции. Также, зная долю накладных расходов в каждой продукции, становится возможным управлять этими расходами и предотвратить их рост. Анализируя таблицу, ясно видно, что основная доля расходов в процессе приходится на ремонт и перевозку продукции на склад. В этом случае, в результате применения новой техники и технологии возможно уменьшить эти расходы.

Используя данный метод, доказано, что управление накладными расходами является важным средством в принятии управленческих решений, а также в управлении производством и бизнес-процессами. На основе этого можно сделать вывод, что концепция ABC, позволяет дать информацию о потерях, в то же время помогает в принятии важных решений предприятиям, работающим в

условиях конкуренции.

Модель Target-costing появилась в 1965 году в Японии. Согласно данному методу себестоимость продукции формируется в зависимости от рыночной цены и прибыли. Основным показателем этого метода – это себестоимость и ее формула такова:

$$\text{Себестоимость} = \text{Цена} - \text{Прибыль.}$$

С помощью этой формулы предусматривается определение запасов сокращения расходов в виде следующих шагов:

- определяется целевая и затратная себестоимость одной продукции;
- сравнивается стоимость целевой и затратной себестоимости;
- проводится подготовка мероприятий по устранению различий.

Значение метода Kaizen-costing (kai-изменение, zen-хороший) сводится к движению к лучшему. Основная цель этого метода заключается в продвижении мелкими шагами и получении высокой прибыли при дешевой себестоимости. Этот метод в Японии является наиболее передовым понятием в системе управления и считается успешным ключом в конкуренции. Метод Kaizen-costing, в основном, используется в процессе осуществления мероприятий по снижению себестоимости производимой продукции на производственных предприятиях. В отличие от модели Target-costing, этот метод предполагает выявление и устранение ненужных расходов до того как продукт полностью готов. Например, фирма Toyota прежде, чем сдать производимые автомобили в эксплуатацию, проверяет уровень ущерба, который могут нанести окружающей среде отдельные движущиеся части автомобиля. Если выявляется какая-либо проблема, она устраняется и только потом автомобили выпускаются на продажу. В результате компания Toyota заранее определяет и устраняет проблемы, которые могут быть в будущем.

Выводы. Цена продукции коренным образом зависит от себестоимости. А именно, низкая себестоимость позволяет предприятию получить высокую прибыль. Поэтому эффективно используя вышеуказанные методы можно достигнуть снижения себестоимости. Используя вышеуказанные методы становится

возможным снизить и оптимизировать расходы и, следовательно, добиться высоких доходов.

Литература

1. Волков В.П., Ильин А.И., Станкевич В.И. и др. Экономика предприятия: учебное пособие / под общ ред. А.И. Ильина, В.П. Волкова. – М.: Новое знание, 2011. – 677 с.

2. Состав и учет затрат, включаемых в себестоимость: Во всех отраслях предпринимательской деятельности / под ред. Подобеда М.А. – М., 2010.

3. Воронина Л.И. Бухгалтерский учет: учебник / Л.И. Воронина. – М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 480 с.

4. Аббасов Г. Бухгалтерский учет: учебник для вузов / Г. Аббасов. – Баку, 2015.

5. Лысенко Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник для вузов / Д.В. Лысенко. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 320 с.

6. Абдукаримов И.Т. Финансово-экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций (анализ деловой активности): учебное пособие / И.Т. Абдукаримов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 320 с.

7. Крылов Э.И., Власова В.М. Анализ финансовых результатов предприятия: учебное пособие / Э.И. Крылов, В.М. Власова. – Санкт-Петербург, 2006.

8. Магмудов И.М., Зейналов Т.Ш., Исмаилов Н.М. Финансово анализ: учебное пособие для вузов. – Баку, 2010.

1. Volkov V.P., Yl'yn A.Y., Stankevych V.Y. y dr. Ekonomyka predpryyatyuya: uchebnoe posobyе / pod obshch red. A.Y. Yl'yna, V.P. Volkova. – M.: Novoe znanye, 2011. – 677 s.

2. Sostav y uchet zatrat, vkl'yuchaemykh v sebestoykost': Vo vsekhn otraslyakh predprynymatel'skoy deyatel'nosty / pod red. Podobeda M.A. – M., 2010.

3. Voronyna L.Y. Bukhhalterskiy uchet: uchebnyk / L.Y. Voronyna. – M.: Al'fa-M, NYTs YNFRA-M, 2013. – 480 s.

4. Abbasov H. Bukhhalterskiy uchet: uchebnyk dlya vuzov / H.

Abbasov. – Baku, 2015.

5. Лысенко D.V. Комплексный экономический анализ khozyaystvennoy deyatel'nosti: uchebnyk dlya vuzov / D.V. Лысенко. – М.: YNFRA-M, 2012. – 320 с.

6. Abdukarymov Y.T. Fynansovo-экономический анализ khozyaystvennoy deyatel'nosti kommercheskykh orhanyzatsyy (analiz delovoy aktyvnosti): uchebnoe posobyе / Y.T. Abdukarymov. – М.: NYTs YNFRA-M, 2013. – 320 с

7. Кғылов Э.Ү., Vlasova V.M. Analiz fynansovykh rezul'tatov predpryyatyya: uchebnoe posobyе / Э.Ү. Кғылов, V.M. Vlasova. – Sankt-Peterburh, 2006.

8. Mahmudov Y.M., Zeynalov T.Sh., Ysmaylov N.M. Fynansovo analiz: uchebnoe posobyе dlya vuzov. – Baku, 2010.

Рецензент: Балджи М.Д., д.е.н., професор, зав. кафедри економіки та планування бізнесу, Одеський національний економічний університет

20.06.2017

УДК 339.138

Ereshko Andrii, Kereksha Olga

ONLINE MARKETING RESEARCHES IN UKRAINE: TRENDS AND PERSPECTIVES

The article is devoted to the problem of marketing researches, their formation and modern tendencies in terms of information-technological revolution on the territory of Ukraine. Based on the analysis, generalization and systematization of scientific sources, the development of marketing research, as well as the prerequisites for the creation of directions for marketing research are highlighted. The article focuses on new technologies for conducting marketing research in the conditions of the Internet environment. Such type of marketing research as online research is considered and the main advantages of its implementation, as well as