

Шевченко Т.Є.

к.т.н., доцент ФММ НТУУ «КПІ»

Мороко О.В.

магістр ФММ НТУУ «КПІ»

ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

У статті висвітлюється питання, щодо зниження собівартості продукції на підприємствах кондитерської галузі. В ході дослідження було розглянуто структуру операційних витрат на підприємствах кондитерської галузі. Шляхом порівняльного аналізу собівартості продукції на провідних підприємствах було визначено, що матеріальні витрати посідають перше місце в структурі витрат. Значну питому вагу мають витрати на оплату праці та амортизацію. На основі проведеного дослідження було запропоновано заходи щодо зниження собівартості продукції на підприємствах кондитерської галузі. Науковою новизною проведеного дослідження можна вважати обґрунтування рекомендацій щодо створення на підприємствах кондитерської галузі стратегічних альянсів з метою скорочення операційних витрат та підвищення ефективності функціонування підприємств в результаті створення синергетичного ефекту.

Ключові слова: зниження собівартості, операційні витрати, кондитерська галузь, стратегічний альянс

Постановка завдання. В умовах економічної кризи основною задачею підприємств можна вважати забезпечення їх ефективної діяльності. Однією з умов виконання даної задачі є зниження собівартості продукції, адже цей показник характеризує всі складові господарської діяльності підприємства. Отже, дослідження шляхів зниження собівартості продукції є досить важливою задачею для підприємств та суспільства в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню даного питання присвячено наукові праці таких вчених як: В. В. Пархоменко, А. Г. Бродіним, А. Д. Леонов, С.В. Мочерний, однак на сьогодні серед науковців ще не сформувалася єдина думка щодо оптимальних шляхів зниження собівартості продукції. Також слід відмітити, що вітчизняні дослідники вивчають проблему зниження собівартості найчастіше з позиції зменшення матеріальних витрат. Проблема зниження собівартості продукції особливо актуальна для кондитерської галузі України, оскільки останнім часом з'явилась негативна тенденція до росту цін на кондитерські вироби, що зумовлено збільшенням собівартості продукції. Виходячи з вищенаведеного можна вважати, що дослідження даної проблеми є актуальним.

Метою дослідження є розробка методологічних засад та надання рекомендацій щодо розробки шляхів зниження собівартості продукції підприємств кондитерської галузі України.

Виклад основного матеріалу. Кондитерська галузь є одною з найбільш розвинених у харчовій промисловості України. Підприємства кондитерської галузі не тільки забезпечують товарами внутрішній ринок країни, а й зовнішній. Вітчизняні виробники експортують продукцію в понад 50 країн світу. Частка кондитерської галузі в реалізації харчової продукції в Україні станом на 2014 рік становила 16% [5].

Останнім часом на ринку спостерігається тенденція до зростання цін на продукцію кондитерської промисловості, що призводить і до збільшення собівартості продукції. Аналіз динаміки цін за січень 2014 та 2015 років показує, що за рік цукор подорожчав на 13,6 %, борошно на 18-34%, какао-боби – на 18,9%, мигдаль – на 10,3%, а фундук на 91,6%. В зв'язку з цим для вітчизняних підприємств постає задача пошуку шляхів зниження собівартості.

Собівартість – це економічна категорія, що визначає грошове вираження витрат підприємства на підготовку, виробництво і реалізацію продукції. До неї включаються матеріальні витрати, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні потреби, амортизація основних засобів та інші витрати. Основними шляхами зниження собівартості продукції є скорочення тих витрат, які мають найбільшу питому вагу в її структурі [5].

Розглянемо детальніше структуру операційних витрат на підприємствах кондитерської галузі України (табл. 1).

Таблиця 1

Структура операційних витрат кондитерських підприємств України [5]

	Матеріальні витрати	Витрати на оплату праці	Відрахування на соціальні заходи	Амортизація	Інші операційні витрати
«ROSHEN»,	46,88%	26,23%	9,53%	9,78%	7,58%
«КОНТИ»	62,52%	9,39%	2,65%	4,23%	21,21%
«АВК»	81,78%	2,04%	0,45%	2,65%	13,08%
«Бісквіт-Шоколад»	74,57%	9,91%	3,87%	2,97%	8,68%
«Nestlé»	88,53%	3,68%	1,73%	2,86%	3,19%
«Лагода»	56,37%	11,97%	4,42%	2,16%	25,09%

Аналіз табл. 1 показує, що найбільшу питому вагу мають матеріальні витрати. Компанія «Nestlé» характеризується найбільшою питомою вагою матеріальних витрат (88,53%) в структурі операційних. Найменші витрати на сировину наявні в структурі операційних витрат корпорації «ROSHEN» (46,88%), в той же час підприємство має найбільші витрати на оплату праці (26,23%) амортизаційні відрахування (9,78%). Найменше витрат на оплату праці має «АВК» – 2,04% [4].

Отже можна зробити висновок, що найбільша частка операційних витрат припадає на матеріальні витрати, друге місце займають витрати на оплату праці, далі ідуть витрати на амортизацію та відрахування на соціальні заходи.

Як відомо, найпоширенішим шляхом зниження собівартості продукції промислових підприємств є підвищення технічного рівня виробництва: впровадження прогресивних технологій, механізація, автоматизація процесів виробництва; вдосконалення існуючих технологій. Впровадження цих заходів на підприємствах кондитерської промисловості дозволить підвищити продуктивність праці, а, оскільки підприємства кондитерської галузі мають значну питому вагу матеріальних витрат в структурі собівартості, то особливо важливим є те, що при цьому зменшиться норма витрат сировини [1].

З метою підвищення продуктивності праці на підприємствах кондитерської галузі можна рекомендувати вводити систему мотивацій персоналу, удосконалювати умови праці, поліпшувати організацію виробництва. Всі ці заходи дозволять в свою чергу збільшити продуктивність виробництва, в наслідок чого буде досягнуто економію заробітної платні, оскільки продуктивність зменшує витрати на виробництво продукції, а також збільшити обсяги виробництва, що призведе до зниження собівартості за рахунок зменшення умовно-постійних витрат [2].

На даний момент в Україні відбувається значне знецінення гривні, а підприємства кондитерської галузі купують сировину в більших випадках у іноземних партнерів, тому актуальним є хеджування цінкових ризиків, оскільки дуже часто підприємства отримують сировину в один термін, а оплачують в інший, що в свою чергу спричиняє виникнення витрат в наслідок курсових різниць.

Як відомо, сьогодні певну частину українського виробництва контролюють зарубіжні кондитерські компанії, які вкладають значні кошти в розвиток місцевих підприємств (табл. 2). Зростання зацікавленості із боку іноземних компаній обумовлюють поширення стратегічних альянсів, які передбачають здійснення спільної діяльності підприємств для досягнення певних стратегічних цілей. Це дозволяє швидко досягти стратегічних цілей та ефекту синергізму [1].

Таблиця 2

Наявність іноземного капіталу на кондитерському ринку України [4]

Компанія	Інвестор	Тип інвестора	Частка в капіталі
«Крафт Фудз Україна»	Kraft Foods (США)	стратегічний	100 %
ПРАТ «Світоч»	Nestle (Швейцарія S.A)	стратегічний	96,89 %
АТ «Полтавакондитер»	Sigma Bleyzer (США)	портфельний	76,27 %
АТ «АВК»	Western NIS (США)	портфельний	25 %

Відповідно до мети, якою керуються підприємства альянси можна розділити на три види: альянси по реалізації проектів НДДКР; альянси по організації спільного виробництва; альянси по освоєнню нових ринків [3].

Досить частою проблемою багатьох кондитерських підприємств є неповна завантаженість виробничих ліній, хоча амортизаційні відрахування відбуваються щокварталу й розподіляються на собівартість продукції. В даному випадку використання альянсів по організації спільного виробництва можна вважати ефективним, оскільки це дозволить розподілити витрати між підприємствами.

Крім того, на сучасному етапі досить поширеними є альянси по реалізації проектів НДДКР. В умовах загострення конкурентної боротьби спільні зусилля в області НДДКР, виробництва і збуту продукції призведуть до зменшення витрат, розширення збуту та до відкриття нових ринків.

Оскільки Україна підписала угоду про асоціацію з ЄС, досить актуальним для підприємств кондитерської галузі є вихід на ринок Європи. Вітчизняна продукція є досить конкурентоспроможною, а зняття митних бар'єрів дозволить компенсувати транспортні витрати, тому буде досить доцільно створювання альянсів по спільному освоєнню нових ринків з метою розподілу витрат в разі невдачі.

Висновки. Отже, в результаті проведеного дослідження можна зробити висновки про те, що до основних шляхів зниження собівартості продукції кондитерської галузі можна віднести: підвищення технологічного рівня виробництва; поліпшення організації виробництва; введення системи мотивацій персоналу та створення сприятливих умов праці; вихід на нові ринку збуту та сировини; хеджування цінових ризиків; раціональна зміна структури виробництва.

Науковою новизною проведеного дослідження можна вважати обґрунтування рекомендацій щодо створення на підприємствах кондитерської галузі стратегічних альянсів з метою скорочення операційних витрат та підвищення ефективності функціонування підприємств в результаті створення синергетичного ефекту. Дані рекомендації мають як практичне так і теоретичне значення, а їх впровадження може бути перспективним не тільки для підприємств кондитерської галузі, а, також, і для промислових підприємств різних галузей господарства України.

Список використаних джерел

1. Леонов А. Д. Пути снижения себестоимости продукции промышленного предприятия / А. Д. Леонов // Экономист. – 2010. – № 7. – С. 41.
2. Цимбалюк Л.Г., Скричун Н.П. Чинники, резерви та шляхи зниження витрат виробництва як основа зменшення ціни товару / Л.Г. Цимбалюк, Н.П. Скричун // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2011. – № 3(15). – С. 88-95
3. Токмакова І.В. Дослідження сутності стратегічних альянсів як перспективної форми кооперації вітчизняних підприємств. І.В. Токмакова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 30. – С. 93-97

4. Шестак, О.В. Сучасний стан та тенденції розвитку кондитерської галузі [Текст]/ О.В. Шестак // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. –Харків: НТУ «ХПІ».- 2013. – № 6(980). – С. 132-137.

5. Державний комітет статистики [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua

Шевченко Т.Е.

к.т.н., доцент ФММ НТУУ «КПІ»

Мороко О.В.

магістр ФММ НТУУ «КПІ»

ПУТИ СНИЖЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ КОНДИТЕРСКОЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ

В статье освещается вопрос по снижению себестоимости продукции на предприятиях кондитерской отрасли. В ходе исследования была рассмотрена структура операционных расходов на предприятиях кондитерской отрасли. Путем сравнительного анализа себестоимости продукции на ведущих предприятиях было определено, что материальные затраты занимают первое место в структуре расходов. Значительный удельный вес имеют расходы на оплату труда и амортизацию. На основе проведенного исследования были предложены меры по снижению себестоимости продукции на предприятиях кондитерской отрасли. Научной новизной проведенного исследования можно считать обоснование рекомендаций по созданию на предприятиях кондитерской отрасли стратегических альянсов с целью сокращения операционных расходов и повышения эффективности функционирования предприятий в результате создания синергетического эффекта.

Ключевые слова: себестоимость, продукция, снижение себестоимости, операционные расходы, кондитерская отрасль, стратегический альянс.

Shevchenko T.E., Moroco O.V.

WAYS TO REDUCE THE COST OF PRODUCTION AT THE ENTERPRISES OF CONFECTIONERY INDUSTRY OF UKRAINE

The article deals with the question as to reduce the cost of output in the confectionery industry. The survey examined the structure of the operating costs of confectionery industry. Through a comparative analysis of the cost of production at leading enterprises, it was determined that material costs occupy first place in the cost structure. Much important are labor costs and depreciation. On the basis of the study were proposed measures to reduce production costs on businesses confectionery industry. Scientific novelty of the research study can be considered as recommendations for the establishment of enterprises confectionery industry strategic alliances in order to reduce

operating costs and improve the efficiency of enterprises by creating a synergistic effect.

Keywords: cost of production, cost reduction, operating expenses, confectionery industry, strategic alliance
