

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В УПРАВЛЕНИИ ЗАТРАТАМИ

О.Н. Петухов

(г. Томск, Томский политехнический университет)

INFORMATION SYSTEMS IN COSTS MANAGEMENT

O.N. Petukhov

(s.Tomsk, Tomsk Polytechnik University)

Showing information systems in costs management. Found that the basis for determining the cost is ABC-costing. There is the algorithms Listed formation of costs. These algorithms for different objectives applications allow the make analysis, decomposition, cost planning in the management process.

Основными информационными системами в корпорациях и крупных предприятиях для управления затратами на сегодняшний момент являются:

1. SAP;
2. Oracle;
3. Microsoft Axapta.

Данные системы реализуют алгоритм ABC-костинга – считают затраты по видам деятельности. Самой дорогой их выше перечисленных систем является SAP, потом по стоимости на втором месте находится Oracle. На третьем месте по стоимости находится Microsoft Ахapta. Для расчета затрат в данных системах есть специальные модули, в которых происходит расчет затрат. Алгоритм ABC-костинга зашит в информационную систему. Кроме того, системы формируют документы по которым происходит расчет затрат и которые можно распечатать. Система SAP занимает около 50 % рынка информационных систем в России. Отечественная информационная система – это 1С-предприятие, позволяет формировать отчетность в соответствии с требованиями законодательства. Расчет затрат производится в специальном модуле. Формирует данная информационная система также документацию. Занимает 1С-предприятие около 25 % отечественного рынка информационных систем.

Планирование затрат на единицу продукции осуществляется калькуляционным и сметным методами. В рамках методов планирования затрат, можно выделить три подхода для распределения затрат, при определении затрат на единицу продукции отдельных видов. Первый подход заключается в том, что распределение затрат по видам продукции осуществляется на основе единой базы распределения (общие прямые затраты, прямые материальные затраты, часы работы оборудования), либо разбиваться на затратные группы по какому-либо признаку.

При применении второго подхода затраты формируются по подразделениям, цехам. Распределение идет в две стадии. Первая стадия выполняется в два шага.

1. Распределение затрат на основные подразделения.
 - 1.1. Распределение на все подразделения.

Затраты расчленяются по статьям. Выделяются затраты, относящиеся к конкретным подразделениям. Часть затрат, которые невозможно отнести к конкретным подразделениям, распределяют между подразделениями на основе выбранных баз распределения.

1.2. Затраты обслуживающих подразделений перераспределяются на основные подразделения пропорционально доле потребленных основными подразделениями услуг. Результат - все затраты распределены на основные подразделения [1].

2. Распределение затрат по объектам затрат, в качестве которых может выступать заказ, партия. Все затраты, сконцентрированные теперь в основных подразделениях, распределяются на заказы пропорционально ставке распределения основного подразделения. Эти ставки основываются на различных базах распределения. Ставки, рассчитанные для разных подразделений по разным базам, известны как ставки подразделений. Однако в данном подходе внутри отдельного подразделения могут существовать искажения в распределении затрат по различным производственным линиям.

Помимо этого, в последние годы предприятия уходят от использования прямого труда как базы распределения, так как увеличение автоматизации производства ведет к увеличению доли накладных расходов в структуре затрат, а прямой труд теряет свою значимость как фактор производства. Многие предприятия в отраслях с высоким уровнем автоматизации производства закладывают его в процентах к машинному времени. Если прямой труд не определяет динамику накладных расходов, то он мало подходит в качестве базы распределения. В связи с этим предприятия переходят на использование машино-часов, времени обработки, времени производственного цикла для распределения накладных расходов [2].

Третий подход заключается в том, что затраты собираются не по местам возникновения затрат, а по важнейшим видам деятельности. Традиционно в экономике в качестве объекта затрат применяют разные объекты [3, 4, 5, 6]. Вид деятельности используется в концепции оценки и планировании затрат по видам деятельности. В большинстве подходов используют двухстадийное распределение затрат. На первых этапах распределяют затраты по укрупненным объектам – подразделения, основные подразделения, вспомогательные подразделения или по видам деятельности. На заключительном этапе перераспределяют затраты на заказы [7]. Можно согласны с позицией Р. Каплана, который считает, что виды деятельности целесообразно сгруппировать по 4 уровням иерархии: уровень единицы продукции, партии изделий, продуктовой линии, общего управления. После выделения видов деятельности определяют затраты на каждый вид деятельности, для этого затраты группируют в затратные группы [8]. Затем затраты с затратных групп распределяются на изделие. В итоге получается себестоимость продукции. Данные показатели заложены в информационные системы и позволяют варьировать введенными параметрами. В результате можно сформировать базу управления затратами.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Николаева С.А. Учетная политика организации: Принципы формирования, содержание, практические рекомендации, аудиторская проверка. Изд. 3-е, перераб. и доп. – М.: «Аналитика-Пресс», 2001. – 336 с.
2. Хорнгрен Ч.Т. Управленческий учет: пер. с англ. / Ч. Хорнгрен, Дж. Фостер, Ш. Датар. – 10-е изд. – СПб. [и др.] : Питер.: Питер Принт, 2005. – 1008 с.
3. Hilton R.W. Managerial accounting. 4-th edition. – McGraw-Hill Companies, 1999. – 816 p.
4. Управленческий учет: учебник для вузов / под ред. А. Д. Шеремета. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ФБК-Пресс, 2005. — 344 с.
5. Карпова Т.П. Управленческий учет: учебник для вузов / Т. П. Карпова. – М.: ЮНИТИ, 2002. – 350 с.

6. Энтони Р., Рис Дж. Учет: ситуации и примеры: Пер. с англ. под ред. и с предисл. А.М. Петрачкова. – М.: Финансы и статистика, 1993. – 560 с.
7. Шим Д.К., Сигел Д.Г. Методы управления стоимостью и анализа затрат / Перевод с англ. – М.: Информационно-издательский дом «Филинъ», 1996. – 344 с.
8. Management accounting / A.A. Atkinson, R.D. Banker, R.S. Kaplan, S.M. Young. – The Robert's Kaplan series in management. – Prentice Hall, Inc, 1997. – 750 p.

ОПТИМИЗАЦИЯ АССОРТИМЕНТА ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*К.В.Снегирев, Г.О. Могильницкая
(г. Томск, Томский политехнический университет)*

OPTIMIZATION OF PRODUCT ENTERPRISE

*K.V.Snegirev, G.O. Mogulnitskaya
(s.Tomsk, Tomsk Polytechnic University)*

This article deals with the problems of optimization of product mix. Considered typical of the goals, objectives and basic directions of the range defined by the direction on the trade organization. Identified the main steps assortment optimization.

Управление торговым ассортиментом - деятельность, направленная на достижение рациональности и оптимальности ассортимента предприятия.

Основополагающими элементами управления являются формирование ассортимента и установление уровня требований по показателям, определяющим рациональность ассортимента. Формирование торгового ассортимента - деятельность по составлению набора товаров, позволяющего удовлетворить реальные и прогнозируемые потребности, достигнуть целей, определенных руководством торговой организации.[1,с.56] Формирование ассортимента не может быть абстрагировано от конкретной торговой организации и должно базироваться на заранее выбранных целях и задач, обуславливающих направления развития ассортимента. Это определяет ассортиментную политику торговой организации.

Ассортиментная политика - цели, задачи и основные направления формирования ассортимента, определяемые руководством торговой организации.[3,с.101]

Цель организации в области ассортимента - формирование реального и/или прогнозируемого ассортимента, максимально приближающегося к оптимальному, для удовлетворения разнообразных потребностей, получения запланированной прибыли. Для этого должны быть решены следующие задачи:

- установление реальных и предполагаемых потребностей потребителей в определенных товарах;
- определение основных показателей ассортимента;
- выявление источников товарных ресурсов;
- оценка возможностей организации для реализации отдельных товаров;