

Wiesław Rafał Wilczkowiak

Jednostkowy koszt produktu w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach : wybrane aspekty

Ekonomiczne Problemy Usług nr 102, 543-549

2013

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

WIESŁAW RAFAŁ WILCZKOWIAK

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Lesznie

JEDNOSTKOWY KOSZT PRODUKTU W MIKRO, MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTWACH. WYBRANE ASPEKTY

Wprowadzenie

Koszty w przedsiębiorstwach są przedmiotem zainteresowań zarówno środowiska naukowego, jak i praktyki gospodarczej. W przestrzeni informacyjnej często pojawiają się informacje o wysokich kosztach, cięciu kosztów, minimalizacji kosztów i te terminy determinują w znacznej mierze dyskurs o efektywności ekonomicznej działalności przedsiębiorstw.

W wielu definicjach przyjmuje się, że koszty informują o nakładach pieniężnych ponoszonych przez przedsiębiorstwa w trakcie ich działalności gospodarczej, umniejszających osiągnięty zysk z tej działalności. Stanowią one dlatego podstawowy obszar rozważań naukowych o rentowności działań biznesowych.

W literaturze przedmiotu i wszelkich wydawnictwach poradnikowych z wielką szczegółowością prezentowane są możliwości wykorzystania w praktyce, wiedzy o rachunku efektywności ekonomicznej i rachunku kosztów. Różnorodność i powszechność dostępu do tej wiedzy powinna skutkować tym, że w przedsiębiorstwach każdej wielkości mają zastosowanie różnorakie metody kalkulacji kosztów wraz z metodami szczegółowych analiz kosztowych. Można także przyjąć, że przedsiębiorstwa sprawnie zarządzają swoimi działaniami przez koszty, a tymczasem głównym problemem trapiącym przedsiębiorców są nakłady, jakie muszą ponieść na pokrycie kosztów niezależnych od samego przedsiębiorstwa.

Dokonując przeglądu wypowiedzi medialnych¹ można sformułować wiele źródeł negatywnego wpływu na „wysokie” lub „rosnące” koszty funkcjonowania przedsiębiorstw, takich jak:

- koszty pracy (uwarunkowanie prawne),
- koszty surowców i materiałów (wzrost cen rynkowych),
- koszty kapitału (wysokie marże i stopy procentowe).

Z analizowanych wypowiedzi wynika, że wymienione czynniki mają przyczynić się do obniżenia konkurencyjności produktów i przedsiębiorstw na rynku krajowym i międzynarodowym. Należy jednak zauważyć, że są to czynniki makroeko-

¹Autor dokonał przeglądu czasopism fachowych, dodatków prawnobiznesowych w gazetach ogólnopolskich oraz materiałów z wypowiedzi 37 prezesów firm w okresie od 01.09.2011 r. do 15.11.2011 r. zamieszczonych na stronie www.tvnncbc.pl. W wyniku czego wyszczególnił powyższe grupy kosztów wpływające na wzrost cen i spadek konkurencyjności przedsiębiorstw.

nomiczne, które dotyczą wszystkich uczestników rynku w zbliżonym zakresie działania biznesowego, a więc w tym obszarze nie można stwierdzić o ich charakterze konkurencyjno-twórczym.

Potwierdzeniem tego wniosku jest definicja przewagi konkurencyjnej proponowana przez M.E. Portera, zgodnie z którą: „Przewaga konkurencyjna powstaje wtedy, gdy firma ma zdolność do wykonywania potrzebnych czynności po niższym łącznym koszcie od ponoszonego przez rywali, albo do wykonywania niektórych czynności w wyjątkowy sposób, który tworzy nadwyżkę wartości dla nabywcy i uzasadnia wyższą cenę”². W definicji tej akcentuje się wartość ceny jako czynnika przewagi konkurencyjnej, a ona jest zawsze determinowana kosztami przypisywanymi oferowanym produktom na rynku. Również w wielu badaniach prowadzonych w zakresie czynników konkurencyjności przedsiębiorstw, cena produktów zawsze zajmuje jedną z kluczowych pozycji. Jako przykład można przytoczyć badania wykonane na zlecenie PARP w 2010 roku, w których cena produktów zajęła czwarte miejsce (za 1. – Doświadczenie w branży, 2. – Jakość obsługi klientów, 3. – Odpowiednia jakość produktów i usług) w kategorii „Elementy potencjału konkurencyjności najbardziej wpływające na innowacyjność i konkurencyjność badanych firm”³. Także Ph. Kotler określił cenę (koszt produktu) jako jeden z czterech elementów przewagi konkurencyjnej⁴. Przyjął, że skoro przedsiębiorstwa osiągają przewagę konkurencyjną między innymi poprzez takie czynniki wewnętrzne jak: 1) cena i jakość produktów; 2) sprawność zarządzania; 3) aktywność marketingowa i posiadane zasoby, to siły przewagi konkurencyjnej należy poszukiwać w samym przedsiębiorstwie – w zakresie potencjału kadry i ich wiedzy o zarządzaniu – a wspólnym mianownikiem efektywności działań w przedsiębiorstwie będzie udział kosztów w kalkulowanych w cenę produktów sprzedawanych na rynku.

1. Recepcja rachunkowości zarządczej w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach

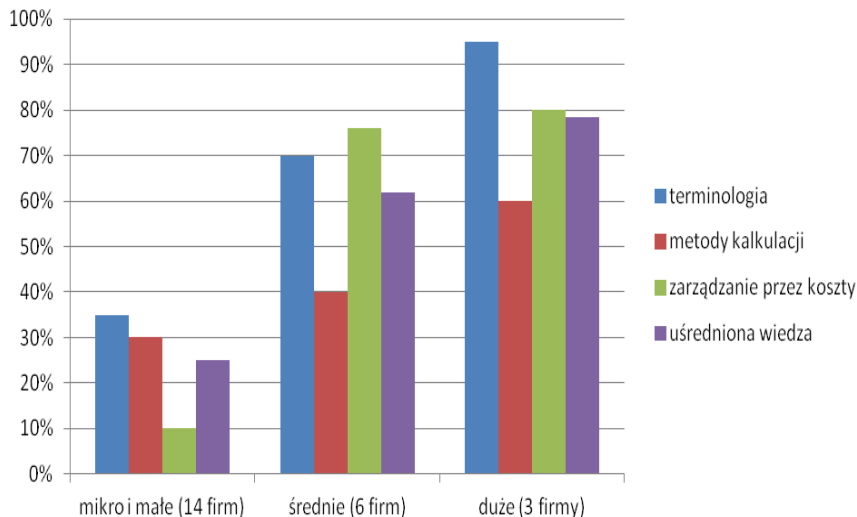
W światowej literaturze przedmiotu z zakresu rachunkowości zarządczej obszernie i szczegółowo opisuje się problematykę zarządzania efektywnością ekonomiczną poprzez metody rachunku kosztów i kalkulacji cen produktów. W związku z tym, wiedza na ten temat w przedsiębiorstwach powinna kształtować się na wysokim poziomie. Warto jednak uwzględnić fakt poziomu wykształcenia właścicieli oraz pracowników w zależności od wielkości przedsiębiorstw. Na podstawie wielu badań przeprowadzanych w Polsce i zagranicą wiadomo, że im mniejsze przedsiębiorstwo, tym ogólny poziom wykształcenia obniża się. Ma to również odzwierciedlenie w wynikach badań przeprowadzonych przez autora odnośnie do poziomu wiedzy z zakresu rachunkowości zarządczej. Badanie między innymi objęło poziom rozpoznawalności terminologii z zakresu rachunku kosztów i metod zarządzania poprzez rachunek kosztów. Wyniki badań własnych potwierdzają ogólne przekona-

² M.E. Porter, *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa 2001, s. 392.

³ <http://www.parp.gov.pl/index/more/18781>.

⁴ Ph. Kotler, *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Gebethner i Ska, Warszawa 1994, s. 287.

nie, że im większe przedsiębiorstwo, tym wyższy poziom wiedzy w przedsiębiorstwie o metodach i narzędziach rachunkowości zarządczej (rys. 1)⁵.



Rysunek 1. Poziom wiedzy przedsiębiorstw o rachunkowości zarządczej

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań w latach 2009–2011.

Wyniki badań zaprezentowane na wykresie przedstawiają również poziom wiedzy właścicieli przedsiębiorstw z zakresu terminologii używanej w nauce rachunkowości zarządczej. Należy podkreślić, że dla tej kategorii wyniki są na poziomie dobrym, aczkolwiek najniższy poziom i znaczne zróżnicowania prezentują firmy mikro i małe. W sześciu firmach wynik kształtował się na poziomie przekraczającym 80% udzielonych prawidłowych odpowiedzi, a w pięciu firmach (wszystkie mikro) wynik był na poziomie ok. 10%. Rozrzut wyników w tej kategorii może wyjaśniać poziom wykształcenia właścicieli i okres prowadzenia działalności. Słabe wyniki osiągnęły firmy, w których właściciele mieli wykształcenie zawodowe i średnie techniczne, z wyjątkiem jednego przedsiębiorstwa, w którym właściciel legitymował się wyższym wykształceniem humanistycznym i firma działała zaledwie osiem miesięcy.

Kolejną kwestią jest znajomość metod kalkulacji kosztów, w której we wszystkich grupach przedsiębiorstw wyniki były na stosunkowo niskim poziomie. Ciekawostką jest wynik uzyskany w mikro i małych firmach, gdzie wiedza na temat metod kalkulacji kosztów była na zbliżonym poziomie do znajomości terminologii wykorzystywanej w tych metodach. Stosunkowo niski poziom znajomości metod kalkulacji w grupach średnich i dużych przedsiębiorstw spowodowany był natomiast

⁵ Na wykresie przedstawiono udział procentowy przedsiębiorstw, które uzyskały pozytywny wynik w ocenie autora ze znajomości zagadnień przedmiotu badania.

tym, że w tych firmach przyjęto pewne schematy kalkulacji kosztów (wykorzystywane oprogramowanie komputerowe) i według nich prowadzona jest kalkulacja kosztów – sygnalizowany brak potrzeby (chęci) zmian w zakresie metodologii kalkulacji kosztów.

W ostatniej kategorii badanego poziomu wiedzy – zarządzania przez koszty – można zauważyć znikomy poziom wiedzy w przedmiotowym temacie w mikro przedsiębiorstwach. Wnioskowaną przyczyną tego stanu jest brak zauważalnej potrzeby u właścicieli formalizowania procedur kalkulacji i ich oddziaływania na działalność firmy. W średnich i dużych przedsiębiorstwach wiedza i świadomość znaczenia wpływu kosztów i sposobów ich kalkulacji na zarządzanie kształtuje się natomiast na dość wysokim poziomie, wynikającym z potrzeby wiedzy o czynnikach kosztotwórczych wpływających na koszt produktów i ich ceny.

Odrębnym zagadnieniem było badanie wiedzy teoretycznej w zakresie znajomości metod kalkulacji jednostkowego kosztu produktu, z którego wynikało, że tendencja poziomu wiedzy w tym obszarze pokrywa się z wartościami uśrednionymi dla całkowitej wiedzy teoretycznej o rachunkowości zarządczej. W tej kategorii jednak pojawił się problem jednoznacznego opisu statystycznego, gdyż w grupie mikro i małych oraz grupie średnich firm doskonale przedstawiała się wiedza z kalkulacji kosztów związanych z działalnością produkcyjną (techniczny koszt wytwarzania). W obszarze kalkulacji kosztów ogólnych (pośrednich) natomiast poziom wiedzy w większości badanych firm sprowadzał się do kalkulacji kosztów w ujęciu księgowym i doliczaniu ich na podstawie wskaźników procentowych lub wartościach umownych⁶.

2. Wykorzystanie wiedzy w praktyce gospodarczej mikro, małych i średnich przedsiębiorstw

W badaniach własnych przeprowadzono analizę stosowanej metodologii kalkulacji kosztów na podstawie produktów kluczowych przedsiębiorstw, w liczbie do trzech produktów na firmę. Dokonując analizy autor zauważył, że w niektórych przedsiębiorstwach stosowano zróżnicowane podejście do wykorzystywanych sposobów kalkulacji kosztów produktów. Szczególnie widoczne było to w przedsiębiorstwach niemających uregulowanego systemu informacyjnego (m.in. dot. informacji kosztowych) i wykorzystujących proste narzędzia informatyczne. Różnice te również widocznie miały się w odmiennym charakterze produkcji (produkcja ciągła, seryjna, jednostkowa) oraz klasyfikacji odbiorców (stały, okresowy, jednorazowy).

Bardzo istotnym spostrzeżeniem jest to, że ważnym czynnikiem mającym wpływ na stosowany sposób kalkulacji kosztu produktu w wielu badanych przedsiębiorstwach jest określony poziom ceny sprzedaży produktu danemu klientowi. Dokonując w tym zakresie próby przyporządkowania metody teoretycznej kalkulacji kosztów do badanych sposobów kalkulacji można wysunąć wniosek, że te przedsiębiorstwa stosują metodę kosztu docelowego (*target cost*). Jednak szczegółowa

⁶ Autor nie uzyskał żadnej informacji mogącej pomóc w określeniu właściwej metody kalkulacji kosztów opisywanej w literaturze. Określanie udziału procentowego kosztów ogólnych (pośrednich) lub udziału wartościowego kosztów przebiegało w sposób uznaniowy.

analiza pokazała, że w przedsiębiorstwach tylko rachunkowo dostosowuje się koszty produktów do poziomu kosztu wykazującego opłacalność produkcji i sprzedaży. Takie ręczne sterowanie odbywa się w zakresie kalkulacji kosztów ogólnych (pośrednich) widoczne w zmiennym przypisywaniu udziału procentowego i wartościowego poszczególnych grup kosztów.

Na podstawie wyników badań opracowano modele typowych zachowań przedsiębiorstw w zakresie praktycznego wykorzystywania wiedzy teoretycznej, które przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1

Modele przedsiębiorstw praktycznie wykorzystujących
wiedzę teoretyczną

Przedsiębiorstwo		Terminologia		Metody kalkulacji		Zarządzanie przez koszty	
		Wiedza	Zastosowanie	Wiedza	Zastosowanie	Wiedza	Zastosowanie
mikro	A	–	+	–	+	–	–
	B	+	–	–	+	–	–
małe	C	+	+	–	+	–	–
	D	+	+	+	+	–	–
średnie	E	+	+	+	+	–	+
duże	F	+	+	+	+	–	+

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań w latach 2009–2011.

Jak widać, wykorzystanie wiedzy teoretycznej przedsiębiorstw z rachunkowości zarządczej ma pełne zastosowanie w firmach średnich i dużych. Podobna sytuacja występuje w modelu D, gdzie nie wykorzystuje się wiedzy z zastosowania systemów rachunku kosztów w zarządzaniu. Spowodowane jest to brakiem potrzeby organizowania złożonego systemu zarządzania informacją i brakiem rozbudowanej struktury kadrowej. Wszelkie informacje kosztowe i decyzje zarządcze skupione są w osobie właściciela, a zatem procesy przetwarzania danych zarządczych oraz procesy decyzyjne realizowane są na jednym stanowisku. To skutecznie wyklucza potrzebę formalizowania procedur określonych w rozpozyszcznianych metodologiach zarządzania przez koszty⁷. W modelu C można zauważyć, że przedsiębiorstwa nie wykazują się wiedzą teoretyczną w zakresie metod kalkulacji kosztów, lecz praktycznie stosują uproszczone metody kalkulacji kosztów (metody doliczeniowe). Stosowane sposoby (metody) w tym modelu przedsiębiorstw wykazują się dużą logiką i tzw. podejściem zdroworoządkowym, osiągając akceptowany przez właścicieli poziom informacji kosztowej. W tym modelu przeważają przedsiębiorstwa zarządzane przez osoby z wykształceniem zawodowym i średnim technicznym, z przynajmniej kilkuletnim doświadczeniem w prowadzeniu działalności gospodarczej.

⁷ ABC/ABM, target costing, kaizen costing, lifecycle costing.

Model B prezentuje przedsiębiorstwa, w których osoby zarządzające wykazują się określonym poziomem wiedzy teoretycznej w zakresie terminologicznym, ale już w praktyce nie wykorzystują jej, a występujące zjawiska ekonomiczne opisują językiem potocznym. W zakresie metod kalkulacji kosztów natomiast nie wykazują się wiedzą teoretyczną, ale tak jak w modelu C prowadzą kalkulacje kosztów na własny sposób.

Ciekawym zjawiskiem są przedsiębiorstwa zaliczone do modelu A, w których właściciele nie wykazali się znajomością teoretyczną przedmiotu badania, a w trakcie analiz sposobów kalkulacji kosztów operowali ze zrozumieniem pojęciami przedmiotowymi.

Oddzielnym i jednostkowym przypadkiem było mikro przedsiębiorstwo, w którym właściciel legitymował się wykształceniem wyższym ekonomicznym, wykazując wysoki poziom wiedzy z rachunkowości zarządczej i w swoim przedsiębiorstwie (7 zatrudnionych) stosował w zakresie kalkulacji kosztów Czasowy rachunek kosztów działań⁸ w powiązaniu z Kosztami docelowymi⁹.

Podsumowanie

W wyniku przeprowadzonych badań w przedsiębiorstwach produkcyjnych różnych wielkości, potwierdzono ogólnie rozpowszechnianą wiedzę, że im większe przedsiębiorstwo, tym wyższy poziom wiedzy w zakresie zarządzania, a w szczególności w obszarze rachunkowości zarządczej. Badania potwierdziły również fakt zatrudniania lepszych specjalistów z danych dziedzin zarządzania w większych przedsiębiorstwach, którzy potrafią z większą dokładnością analizować problemy powstawania kosztów i we właściwy sposób alokować je w kosztach produktów. Stwierdzono jednak także znaczący opór w poszukiwaniu nowych rozwiązań kalkulacji kosztów i sprawniejszego wykorzystywania ich w systemach zarządzania przedsiębiorstwem. To przywiązanie do przyjętych już metod kalkulacji i uznawanie ich za wysoko wartościowe doprowadza w większości firm do stałej rozbieżności pomiędzy sumaryczną wartością marży zysku a poziomem rentowności przedsiębiorstwa. Ponadto stwierdzono rozbieżność pomiędzy rozumieniem pojęć: marża pokrycia a marża zysku. W większości przedsiębiorstw rozumiano marżę pokrycia jako marżę zysku, co wpływało na osiąganą w ostateczności wartość rentowności przedsiębiorstwa.

W badanych firmach zakładany poziom marży zysku stanowił swoistą poduszkę bezpieczeństwa opłacalności sprzedaży, która pochłaniała część kosztów nieprzypisanych bezpośrednio, w wyniku kalkulacji, do sprzedawanych produktów. W żadnej z firm nie uzyskano również satysfakcjonującej odpowiedzi na pytanie o poziom opłacalności sprzedaży poszczególnych produktów. Padały jedynie odpowiedzi sprowadzające się do wniosku, że opłacalność poszczególnych produktów jest taka, jak wartość marży zysku doliczana do danego produktu. Badania dowiodły również, jak mała jest wiedza na temat rozliczania kosztów ogólnych (pośrednich)

⁸ Ang. *time-driven activity based costing*.

⁹ Ang. *target costing*.

na produkty, ponieważ firmy w większości stosowały uproszczoną wersję metody doliczeniowej, w której dla kosztów ogólnych (pośrednich) stosowały narzuty procentowe, a w niektórych przypadkach wręcz wartościowe (decyzją właściciela – uznaniowo). Dowodzi to niewielkiej chęci poprawy jakości informacji zarządczej i niezrozumienia znaczenia wiedzy na temat rzeczywistego kosztu sprzedawanych produktów. Należy również pamiętać, że poziom kosztów produktu jest jednym z podstawowych czynników wpływających na osiąganie przewagi konkurencyjnej, a niedostateczna wiedza o strukturze kosztów produktów nie pozwala na sprawne zarządzanie nimi. Dlatego autor sądzi, że – kolokwialnie rzecz ujmując – przedsiębiorcom łatwiej jest narzekać na rosnące koszty pracy, materiałów i surowców oraz koszty kapitału, zamiast podjąć działania reorganizacji systemu zarządzania informacją kosztową i na podstawie właściwie określonych kosztów przeprowadzić działania poprawiające efektywność wykorzystania zużywanych zasobów firmy.

UNIT COSTS IN MIKRO, SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES. SOME ASPECTS

Summary

Paper presents managerial accounting and its use in micro and small and medium-sized enterprises. It presents analysis of knowledge about cost analysis, accounting terms, methodology among economic agents and applying these tools to running business. Moreover analyzed companies were used to develop models describing use of theoretical knowledge.

Translated by Wiesław Rafał Wilczkowiak