

TARGET COSTING КАК МЕТОД ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЦЕЛЕВОЙ СЕБЕСТОИМОСТИ

У. Д. Молош¹, С. Д. Белоус¹

¹Белорусский Национальный Технический Университет
Республика Беларусь, г. Минск, просп. Независимости 65
uliana.molosh.537@gmail.com

В данной статье рассмотрены недостатки традиционного метода планирования затрат, определение target costing, позитивные и негативные стороны, основные цели использования данного метода, а также рассмотрены формула расчета и основные этапы target costing.

Ключевые слова: target costing, себестоимость, планирование затрат, основные этапы, преимущества, недостатки.

TARGET COSTING AS A METHOD OF DETERMINING TARGET COST

U. D. Molosh¹, S. D. Belous¹

¹Belarusian National Technical University
Belarus, Minsk
uliana.molosh.537@gmail.com

This article considers the disadvantages of the traditional method of cost planning, the definition of targetcosting, the positive and negative sides, the main objectives of using this method, as well as considered the calculation formula and the main stages of targetcosting.

Keywords: targetcosting, costing, cost planning, basic steps, advantages, disadvantages.

При традиционном расчете затрат учитывается себестоимость производства продукции, включая стоимость используемых в данный момент ресурсов. Таким образом, для каждой произведенной единицы продукции включаются переменные затраты на материалы, прямые трудозатраты и переменные накладные расходы (общая сумма которых составляет предельные издержки производства), а также доля постоянных производственных затрат. Постоянные производственные затраты могут быть учтены с использованием обычной ставки поглощения накладных расходов (absorption costing (AC)) или с использованием метода учета затрат по видам деятельности (activity-based costing (ABC)). ABC-метод более сложен, но более точен. Однако, независимо от того, используется ли традиционный метод учета накладных расходов или ABC-метод, учитываемые накладные расходы обычно основываются на бюджетных накладных расходах на текущий период.

После расчета общей стоимости единицы продукции, для определения цены продажи и прибыли на единицу продукции, используется наценка (или процент валовой прибыли). Наценка выбирается таким образом, чтобы при достижении запланированных объемов продаж, организация получала прибыль.

В этом подходе есть два недостатка:

– цена товара основана на его себестоимости, но есть вероятность, что никто не захочет покупать его по такой цене. Товар может включать в себя функции и параметры, которые клиент не ценит и не будет за них платить, а товары конкурентов могут быть дешевле или иметь лучшее соотношение цена – качество;

– включенные в себестоимость затраты являются только текущими затратами. Они представляют собой предельные издержки в совокупности с постоянными затратами за текущий отчетный период. Существуют и другие важные затраты, которые не входят в эти категории, но без которых товар не был бы произведен - затраты на исследования и разработку и другие понесенные затраты к концу срока службы товара [2].

Target costing может помочь предприятиям решить эти проблемы и запланировать линейку прибыльных товаров. Это концепция планирования прибыли и управления затратами, которые фокусируются на товарах (услугах) с дискретными производственными процессами. Цель концепции — снизить фактические затраты до уровня целевых величин. Данная концепция не имеет цели сократить затраты на стадии производства уже произведенного продукта, она направлена на то, чтобы спроектировать затраты на товар без товара на стадии исследования, разработки и проектирования. Компания использует целевую калькуляцию затрат, когда предприятие хочет установить цену на продукцию, которая принесет прибыль. Система target costing также используется, когда компании необходимо пройти процедуру планирования затрат и управления затратами для планирования и расчета затрат на начальных этапах разработки продукта. Компания также может использовать target costing для отработки методов снижения затрат [1, 5].

Кроме того, целевая калькуляция затрат имеет следующие положительные стороны:

- делает новые товары более доступными, гарантируя необходимый уровень прибыли;
- новые товары удовлетворяют требованиям рынка по качеству, срокам поставки и цене;
- превращая target costing в деятельность по управлению прибылью в масштабах всего бизнеса, компания может вдохновить весь персонал на достижение целевой прибыли при разработке нового продукта.

В некоторых отраслях, таких как производство товаров народного потребления, здравоохранения, строительства и энергетики, цены определяются рыночными принципами, такими, как спрос и предложение, что обусловлено жесткой конкуренцией. Кроме того, производители не могут эффективно регулировать отпускные цены. Следовательно, руководство компании концентрируется на том, чтобы влиять на каждый элемент продукта, услуги или операционные расходы, поскольку оно не может в должной степени контролировать свои затраты.

Однако основная цель target costing – дать руководству возможность использовать методы определения целевой себестоимости, такие, как планирование затрат, управление затратами и снижение затрат. Сюда входят расходы, запланированные на более ранних этапах жизненного цикла товара (разработки и конструирования), а не на более поздних (этапы процесса производства продукции). Целевая цена продажи определяется как часть процесса расчета целевой себестоимости с использованием различных методов прогнозирования продаж. Таким образом можно вывести формулу расчета целевой калькуляции затрат [1].

Формула $\text{target cost} = \text{Прогнозируемая цена реализации} - \text{Желаемая прибыль}$ [4].
Величина снижения затрат – это разница между текущей стоимостью и желаемой стоимостью.

При определении целевой отпускной цены учитываются качество продукта, параметры дизайна, а также потребности и ожидания клиентов, так как компания высоко ценит мнение клиентов, состояние рынка и прибыльность. Это важнейший компонент внедрения нового продукта на рынок и разработки его дизайна. Компоненты существующей стоимости продукта используются для определения программы снижения затрат.

Рассмотрим этапы целевой калькуляции:

1. Определение плановой цены, по которой потребители готовы покупать
2. Определение целевых затрат (из плановой цены вычитается ожидаемая прибыль)
3. Оценка фактических затрат, необходимых для выпуска продукта
4. Если оценочные фактические затраты превышают целевые, провести анализ способов, при помощи которых можно снизить фактические затраты до уровня целевых

Рисунок 1 – Этапы целевой калькуляции

Можно выделить следующие преимущества target costing:

– Постоянное усовершенствование процессов (способность и желание руководства компании совершенствовать процессы, а также внедрять инновационные продукты).

– Оправданные ожидания клиента (продукт создается в соответствии с ожиданиями клиента, что позволяет руководству наиболее эффективно выравнять затраты на разработку и производство).

– Экономия за счет масштаба (помогает компаниям добиться экономии за счет масштаба в долгосрочной перспективе, поскольку по мере повышения экономической эффективности увеличиваются и финансовые показатели).

– Рыночные возможности (это также помогает создавать новые рыночные возможности за счёт снижения затрат по сравнению с затратами конкурентов).

– Эффективное управление (повышается эффективность управления).

Также есть некоторые недостатки:

– Зависимость от конечной цены реализации (все затраты основаны на определении цены продажи продукта. Ошибка в оценке отпускной цены (цены реализации) может привести к провалу всей маркетинговой стратегии).

– Низкая оценка цены реализации (установление заниженной отпускной цены на продукт приведёт к увеличению общих затрат и увеличению нагрузки на производственный отдел).

– Некачественная технология (иногда, чтобы достичь запланированной стоимости, руководство может пойти на компромисс в отношении технологии и некачественных методов, чтобы удержать цену под контролем, что, в свою очередь, может обернуться против компании).

– Определение количества (при определении целевой себестоимости руководство компании должно учитывать количество продукции, которое необходимо продать для достижения желаемого результата, если компания не сможет продать произведенное количество продукции, она понесет огромные убытки, что приведёт к росту себестоимости) [1].

Target costing – это полезный инструмент, используемый в управленческом учете для контроля производственных затрат и желаемой прибыли с целью обеспечения долгосрочной жизнеспособности бизнеса.

Список использованных источников

1. Что такое Target costing – особенности, преимущества и методология [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.godigit.com/business-insurance/guides/what-is-target-costing.amp.html>. – Дата доступа: 15.10.2023.

2. Что такое Target costing [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wallstreetmojo.com/target-cost/>. – Дата доступа: 16.10.2023.

3. Target costing and lifecycle costing [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.accaglobal.com/gb/en/student/exam-support-resources/fundamentals-exams-study-resources/f5/technical-articles/target-lifestyle.html>. – Дата обращения: 15.10.2023.

4. Target costing [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/accounting/target-costing/>. – Дата обращения: 15.10.2023.

5. Определение Target costing [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.accountingtools.com/articles/target-costing>. – Дата обращения: 16.10.2023.

References

1. CHto takoe Target costing – osobennosti, preimushstva i metodologiya [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <https://www.godigit.com/business-insurance/guides/what-is-target-costing.amp.html>. – Data dostupa: 15.10.2023.

2. CHto takoe Target costing [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <https://www.wallstreetmojo.com/target-cost/>. – Data dostupa: 16.10.2023.

3. Target costing and lifecycle costing [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <https://www.accaglobal.com/gb/en/student/exam-support-resources/fundamentals-exams-study-resources/f5/technical-articles/target-lifestyle.html>. – Data obrashcheniya: 15.10.2023.

4. Target costing [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/accounting/target-costing/>. – Data obrashcheniya: 15.10.2023.

5. Opredelenie Target costing [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <https://www.accountingtools.com/articles/target-costing>. – Data obrashcheniya: 16.10.2023.

© Molosh U.D., Belous S.D., 2023

УДК 332.14

МЕЖБЮДЖЕТНЫЙ ФЕДЕРАЛИЗМ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ

Н. З. Гончарова

Смоленская государственная сельскохозяйственная академия
Россия, 214000, г. Смоленск, ул. Б. Советская, 10/2
topsi3@mail.ru

В статье дана критическая авторская оценка существующей в Российской Федерации системы бюджетной поддержки регионов. Цель исследования состоит в выявлении причин неравномерного развития российских регионов в условиях рыночной экономики и разработке предложений по совершенствованию межбюджетных отношений.

Ключевые слова: бюджетная поддержка, субсидиарность, бюджетная обеспеченность, бюджетные расходы, межбюджетные отношения

INTER-BUDGETARY FEDERALISM AS A FACTOR OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF RUSSIAN REGIONS

N. Z. Goncharova

Smolensk State Agricultural Academy
10/2 B.Sovetskaya str., Smolensk, 214000, Russia
topsi3@mail.ru

The article provides a critical author's assessment of the existing system of budget support for regions in the Russian Federation. The purpose of the study is to identify the causes of uneven development of Russian regions in a market economy and to develop proposals for improving inter-budgetary relations.

Keywords: budget support, subsidiarity, budget security, budget expenditures, inter-budgetary relations.

Особенностью любого федеративного государства является разграничение компетенции между центром и субъектами федерации и их финансовое обеспечение. В условиях постоянного дефицита финансовых средств особую важность приобретает их обоснованное распределение между субъектами федерации. Федеральное государство должно обеспечить