

УДК 657

ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ ТАРГЕТ-КОСТИНГ ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЦЕЛЕВОЙ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ

*Воробьева Е.И., студентка 4 курса экономического факультета
Научный руководитель – Климущкина Н.Е., к.э.н., доцент
ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П. А. Столыпина»*

Ключевые слова: *целевая себестоимость, таргет-костинг, эффективность, продукция, управленческий учет.*

В этой статье рассмотрена концепция управления по целевой себестоимости (таргет-костинг). Система таргет-костинг – является упорядоченным процессом определения целевой (заранее запланированной) себестоимости нового изделия для получения желаемой прибыли и для достижения ожидаемой продажной цены в будущем.

Метод учета затрат и калькуляции себестоимости продукции представляет собой определенную взаимосвязь приемов и способов учета затрат с целью исчисления себестоимости продукции.

Непосредственно метод учета затрат и калькуляции себестоимости зависит от особенностей технологии и организации производства.

На сегодняшний день классификации методов, которая считалась бы общепринятой, не существует. Тем не менее их можно сгруппировать по нескольким признакам: по объектам учета затрат, по полноте учитываемых затрат и по оперативности учета и контроля за затратами.

В настоящее время применяются различные методы учета затрат на производство и калькулирования себестоимости продукции, поскольку основу их классификации составляют способы группировки затрат по отдельным объектам учета и способы калькулирования себестоимости продукции.

Различают две основные системы управленческого учета: систему полного включения затрат в себестоимость продукции, которая считается традиционной и систему неполного, т.е. ограниченного включения затрат в себестоимость по определенному признаку (например, по признаку зависимости расходов от объема производства, получившего название «директ-костинг»).

В последнее время наибольший интерес представляет система таргет-костинг, которая в отличие от традиционных способов ценообразования, предусматривает расчёт себестоимости изделия, исходя из предварительно установленной цены реализации, которая рассчитывается в результате проведения маркетинговых исследований. Иными словами, она фактически является ожидаемой рыночной ценой продукта (услуги).

Для определения целевой себестоимости изделия (услуги) величина прибыли, которую хочет получить организация, подлежит вычитанию из ожидаемой рыночной цены. Кроме этого, все участники производственного процесса, начиная от менеджера и заканчивая простым рабочим, трудятся над тем, чтобы спроектировать и изготовить изделие, которое соответствует целевой себестоимости. Как видно, применение системы таргет-костинг технически не так уж сложно.

Однако, анализируя опыт использования таргет-костинг можно выделить несколько препятствий к реализации замыслов руководства организаций, решивших внедрить эту концепцию у себя.

Во-первых, время разработки нового продукта может неоправданно увеличиваться из-за многочисленных повторов в процессе перепроектирования. Поэтому всегда нужно знать, когда следует остановиться и прекратить исследования, поскольку не каждый запланированный продукт можно приспособить к современным реалиям рыночной экономики.

Во-вторых, неумелое применение концепции таргет-костинг может негативно сказываться на людях, находящихся под постоянным давлением своих руководителей, стремящихся достичь целевой себестоимости.

В-третьих, могут возникнуть конфликты между разработчиками проектов, которые усиленно стремятся снизить производственную себестоимость продукта. Также могут возникнуть конфликты между маркетологами, которые часто отказываются даже рассматривать предложения о снижении затрат на сбыт и продвижение продукции до потребителя. Взаимное непонимание может достичь опасных рисков, если не будет вовремя погашено, а ещё лучше - предотвращено руководством. Однако следует отметить, что указанные выше недостатки не следует воспринимать как неустраняемые. Каждый недостаток организации может быть исправлен, если он был вовремя определен и осознан.

Далее рассмотрим основные преимущества системы таргет-костинг, которые делают её великолепным средством предпроектирования оптимизации затрат в инновационных отраслях.

Во-первых, в концепции таргет-костинга маркетинг как бы «накладывается» сверху на управленческий учёт, т.е. в этом случае функции

маркетинга и проектирования реализуются одновременно. При использовании системы таргет-костинг вся производственная деятельность предприятия контролируется и координируется в соответствии с одним из стратегических ориентиров - целевой себестоимостью.

Во-вторых, таргет-костинг прекрасно совмещается с бюджетированием, планированием прибыли, формированием центров ответственности, различными стратегиями ценообразования и оценочными процедурами.

Исходя из вышеизложенного таргет-костинг является относительно новым и перспективным направлением в управленческом учете, который, в первую очередь, поддерживает стратегию сокращения затрат уже на этапе разработки продукта, то есть по сути является стратегическим инструментом.

Библиографический список:

1. Воробьева, Е.И. Методы учета затрат на производство и калькулирования себестоимости / Е.И. Воробьева, Н.Е. Климушкина // Материалы II Всероссийской студенческой научной конференции «В мире научных открытий». – Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2013. – Том III. – С.134–136.

2. Гришина, Е.А. Директ-костинг в системе управленческого учета / Е.А.Гришина, Е.М.Болтунова // Материалы II Всероссийской студенческой научной конференции «В мире научных открытий». – Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2013. – Том III. – С.142–144.

3. Китаева, Н.В. Бухгалтерский финансовый учет: учебно-методический комплекс / Н.В. Китаева, Н.Е. Климушкина. – Ульяновск: УГСХА, 2009. – Часть 1. – С. 301–306.

4. Майоров, П.С. Система директ-костинг на сельскохозяйственных предприятиях / П.С. Майоров, Л.Т. Татарова // Материалы II Всероссийской студенческой научной конференции «В мире научных открытий». – Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2013. – Том III. – С.184–186.

5. Прохорова, Лариса Михайловна. Бухгалтерский учет в АПК: учебно-методический комплекс / Л.М.Прохорова, П.А. Навасардян, Н.Е. Климушкина. – Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2013. – Часть I. – 376с.

6. Филичкина, Т.В. Методы учета затрат на производство / Т.В. Филичкина, О.И. Хамзина // «Будущие проблемы мировой науки». Материалы IV Международной научно-практической конференции. – София, 2008. – С. 62–66.

7. Филичкина, Т.В. Актуальные проблемы калькуляции себестоимости продукции в аграрной сфере / Т.В. Филичкина, О.И. Хамзина // Материалы II Международной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе развития». – Ульяновск: УГСХА, 2010. – С. 247 – 252.

8. Филичкина, Т.В. Бухгалтерский управленческий учет: учебно-методический комплекс / Т.В. Филичкина, О.И. Хамзина. – Ульяновск: УГСХА, 2008. – 240с.

9. Филичкина, Т.В. Управленческие аспекты учёта затрат в сельскохозяйственном производстве / Т.В. Филичкина, О.И. Хамзина // Материалы III Международной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения». – Ульяновск: УГСХА, 2011. – С. 195 – 200.

10. Хамзина, О.И. Организация системы управленческого учета / О.И. Хамзина, Т.В. Филичкина // Материалы II Международной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе развития». – Ульяновск: УГСХА, 2010. – С. 167–171.

11. Хамзина, О.И. Децентрализация управления и организация учета по центрам ответственности / О.И. Хамзина, И.И. Болтунова // «Бухгалтерский учет, анализ, аудит и налогообложение: проблемы и перспективы». II Всероссийская научно-практическая конференция. – Пенза: ГСХА, 2014.– С.155–158.

12. Хамзина, О.И. Методические подходы к исчислению себестоимости продукции молочного скотоводства/ О.И. Хамзина // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 4 –2. – С. 637 – 639.

13. Шаброва, А.И. Определение финансового результата через эффект операционного (финансового) рычага / А.И. Шаброва, С.В. Китаева // Актуальные вопросы финансовых отношений в сельском хозяйстве: сборник научных трудов. – Ульяновск: Ульяновская государственная сельскохозяйственная академия, 2001. – С. 92 – 94.

14. Трескова, Т.В. Бюджетирование как способ повышения деловой активности предприятий аграрной сферы экономики / Т.В. Трескова, М.Л. Яшина // Общественные науки. – 2011. – № 2. – С. 132 – 140.

15. Нейф, Н.М. Финансы и кредит: учебное пособие / Н.М. Нейф, М.Л. Яшина. – Ульяновск: Ульяновская ГСХА им. П.А.Столыпина, 2013. – 304с.

16. Шаброва, А.И. Методы калькуляции себестоимости продукции в управлении затратами на предприятии / А.И. Шаброва // Экономические науки. – 2013. – № 98. – С. 143 – 146.

17. Данько, А. С. Принятие решений по управлению затратами в отрасли растениеводства на основе метода «директ-костинг» / А. С. Данько, М. В. Постнова. // Материалы II Всероссийской студенческой научной конференции «В мире научных открытий». – Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2013. – Том III. – С.3-7.

INTRODUCTION OF THE SYSTEM OF TARGET COSTING TO DETERMINE THE TARGET COST OF PRODUCTION

Vorobyeva E.I., Klimushkina N.E.

Keywords: *target cost, target costing, efficiency, production, management accounting.*

In this article we consider the concept of management of the target cost (target costing). The system of target costing is an orderly process to determine the target (pre-planned) cost of a new product to the profit and to achieve the expected sales price in the future.

УДК 336:25.1

СИСТЕМА СТРАХОВАНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ УГОДИЙ

*Ганина И.В., студентка 3 курса экономического факультета
Научный руководитель – Нуретдинов И.Г., к.э.н., доцент
ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина»*

Ключевые слова: *сельское хозяйство, сельскохозяйственные угодия, система страхования, страховые риски*

Работа посвящена страхованию сельскохозяйственных угодий, рассмотрению особенностей системы и условий страхования, объектов и рисков страхования, страховых взносов, а также государственная поддержка развития страхования в сельском хозяйстве.