

УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ С ПОМОЩЬЮ «ТАРГЕТ-КОСТИНГ» И «КАЙЗЕН-КОСТИНГ»

Бурдюгова Д.Н., магистрант 2 курса
факультета экономики и управления
Научный руководитель – Лихолетова Н.В.,
кандидат экономических наук, доцент
ФГБОУ ВО Донской ГАУ

***Ключевые слова:** затраты, управленческий учет, сельскохозяйственное предприятие; сельскохозяйственная продукция, таргет-костинг, кайзен-костинг*

Актуальность темы обусловлена тем, что управление затратами в сельскохозяйственных организациях имеет особое значение в условиях современного рынка. Снижение себестоимости продукции становится ключевым фактором конкурентоспособности. Это означает, что необходимо постоянно контролировать и оптимизировать все затраты, начиная от закупки семян и удобрений до транспортировки и хранения готовой продукции.

Концепция таргет-костинга предполагает определение целевой стоимости продукции на основе требований рынка и уровня прибыли, который компания хочет получить. Это позволяет определить максимально допустимую себестоимость продукции и работать над снижением издержек для достижения поставленной цели. Применение таргет-костинга в сельскохозяйственных организациях может быть особенно полезным, так как это поможет оптимизировать процесс проектирования и разработки новой продукции, учитывая требования рынка и конкурентоспособность продукции. Кроме того, концепция таргет-костинга способствует более эффективному использованию ресурсов и повышению финансовой устойчивости предприятия.

Метод таргет-костинга предполагает определение целевой стоимости продукции на основе установленной цены и желаемого

уровня прибыли. Организация должна стремиться к достижению этой целевой себестоимости, оптимизируя процессы производства, снижая издержки и ища альтернативные способы снижения затрат. Важно отметить, что снижение себестоимости не должно осуществляться за счет ухудшения качества продукции, так как это может негативно повлиять на конечного потребителя и репутацию компании. Таким образом, таргет-костинг является эффективным инструментом для достижения конкурентоспособности продукции на рынке [2].

Система целевого управления затратами таргет-костинг основывается на принципе обратного подхода к определению себестоимости продукции. Сначала устанавливается цена на продукцию, которая не должна превышать рыночную, затем определяется желаемая прибыль, и только после этого рассчитывается максимально допустимая себестоимость. Таким образом, компания фокусируется на достижении целевой себестоимости, оптимизируя процессы и управляя затратами таким образом, чтобы обеспечить конкурентоспособность продукции на рынке. Допустимый размер себестоимости по методу таргет-костинга определяется следующим образом: цена минус прибыль равно себестоимость [1].

В методе таргет-костинг рыночная цена называется целевой ценой, желательная разница между себестоимостью и продажной ценой – целевой прибылью, а себестоимость, по которой изделие должно быть изготовлено, – целевой себестоимостью. Этот подход позволяет компаниям оптимизировать свои процессы и управлять затратами таким образом, чтобы обеспечить конкурентоспособность продукции на рынке.

Установление целевой цены продукта включает в себя анализ качества продукта, набора функциональных характеристик и цены, которую рынок готов заплатить. Этот процесс требует проведения маркетинговых исследований для определения ожидаемой рыночной цены продукции. При этом учитывается как общее состояние рынка, так и предпочтения конечных потребителей. Такой трехуровневый анализ помогает компаниям определить оптимальную цену продукта, которая позволит им достичь поставленных финансовых целей и оставаться конкурентоспособными на рынке.

В рамках таргет-костинга определяются целевые затраты на

производство продукции. Эти затраты калькулируются с учетом всех компонентов и функций продукта, а также учитывают текущие затраты на производство с учетом имеющихся технологий и оборудования на предприятии. Допустимые расходы определяются на основе прогнозируемой выручки от реализации продукции, очищенной от косвенных налогов, и величины запланированной прибыли, относящейся к данному продукту. Таким образом, таргет-костинг позволяет оптимизировать процесс ценообразования и управления затратами, обеспечивая более эффективное управление прибылью и конкурентоспособность на рынке.

Система кайзен-костинг в японском операционном менеджменте представляет собой метод непрерывного улучшения процессов производства и снижения затрат. Она основана на принципе постоянного совершенствования и внедрения инноваций в производственные процессы. Суть кайзен-костинга заключается в том, что все сотрудники предприятия принимают участие в поиске способов оптимизации производства и снижении издержек. Такой подход позволяет не только снизить затраты, но и повысить эффективность производства, что в итоге способствует увеличению конкурентоспособности предприятия на рынке.

На рисунке показан «таргет-костинг» и «кайзен-костинг» на различных этапах жизненного цикла продукции.

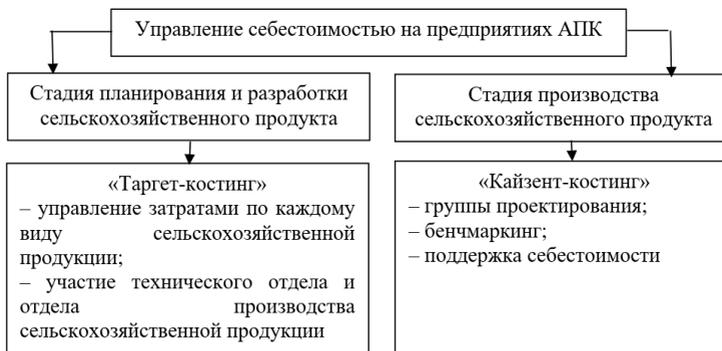


Рис. 1 – «Таргет-костинг» и «кайзен-костинг» на различных этапах жизненного цикла продукции [3]

Внедрение систем таргет-костинг и кайзен-костинг в сельскохозяйственные организации может значительно повысить эффективность и конкурентоспособность производства. Система таргет-костинг поможет определить целевые затраты на производство продукции и управлять ими, что позволит достичь желаемого уровня прибыли. А система кайзен-костинг сосредотачивается на непрерывном улучшении процессов и снижении издержек, что также способствует повышению эффективности деятельности организации.

Библиографический список:

1. Нор-Аревян, Г.Г. Таргет-костинг – современный метод управленческого учета / Г.Г. Нор-Аревян // Материалы Международной научно-практической конференции - Актуальные вопросы в научной работе и образовательной деятельности. - Тамбов, 30 мая 2015 года. - Том 2. – Тамбов: ООО «Консалтинговая компания Юком», 2015. – С. 120-122.
2. Смирнова, Н.И. Управление затратами – метод «таргет-костинг» / Н.И. Смирнова // Вестник Амурского государственного университета. Серия: Естественные и экономические науки. – 2014. – № 67. – С. 165-177.
3. Чая, В.Т. Система методов управленческого учета / В.Т. Чая, А.Д. Золотухина // Аудит и финансовый анализ. – 2009. – № 1. – С. 327-336.
4. Навасардян, А. А. Прогнозирование форм расчетов с поставщиками и подрядчиками методом экстраполяции / А. А. Навасардян, Е. В. Банникова, О. И. Хамзина // Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения: Материалы X Международной научно-практической конференции. В 2-х томах, Ульяновск, 23 июня 2020 года. Том 2020-2. – Ульяновск: Ульяновский государственный аграрный университет им. П.А. Столыпина, 2020. – С. 89-95.
5. Банникова, Е.В. Оценка экономической безопасности сельскохозяйственной организации / Е.В. Банникова, Н.Е. Климушкина // Экономика сельского хозяйства России. - 2023. - № 3. - С. 34-38.
6. Банникова, Е.В. Организация внутреннего финансового контроля на малом предприятии в целях обеспечения его

**COST MANAGEMENT OF AN AGRICULTURAL ENTERPRISE
WITH THE HELP OF "TARGET-COSTING" AND "KAIZEN-
COSTING"**

Burdyugova D.N.

Scientific supervisor – Likholetova N.V.

FGBOU VO Donskoy GAU

***Keywords:** costs, management accounting, agricultural enterprise;
agricultural products, target costing, kaizen costing*

The relevance of the topic is due to the fact that cost management in agricultural organizations is of particular importance in the conditions of the modern market. Reducing the cost of production is becoming a key factor in competitiveness. This means that it is necessary to constantly monitor and optimize all costs, from the purchase of seeds and fertilizers to the transportation and storage of finished products.