

УДК 657.478:631.11(476)

## **К ВОПРОСУ О ПРИМЕНЕНИИ СИСТЕМЫ ТАРГЕТ-КОСТИНГ В ОРГАНИЗАЦИЯХ АПК БЕЛАРУСИ**

**Мацукевич В.И.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»  
г. Гродно, Республика Беларусь

В рыночных условиях производители сельскохозяйственной продукции стремятся реализовать свой продукт по максимальной цене с наименьшими издержками. Однако, как показывает практика, часто встречаются случаи, когда себестоимость производимой продукции выше, чем цена ее реализации. В этой связи возникает необходимость в поиске путей снижения себестоимости производимой продукции.

Интересную, на наш взгляд, концепцию предложили японские менеджеры. Система таргет-костинг – это метод управления себестоимостью (затратами на производство) продукции. Сущность данного метода состоит в том, что на основании возможной цены реализации продукции на рынке и желаемой прибыли устанавливается целевая себестоимость, которая достигается усилиями всех подразделений предприятия. Наглядно это можно представить как «себестоимость = цена – прибыль».

Для реализации данной концепции необходимо детально изучить рынок, на котором будет осуществляться продажа данного продукта, провести маркетинговые исследования, изучить спрос и предложение, определить, какую цену готов платить потребитель за данный продукт. Следующим шагом будет определение возможной цены за единицу продукции, при которой сохраняется желаемая прибыль, необходимая для удовлетворения собственников и развития предприятия. В последнюю очередь рассчитываем целевую себестоимость. Затем необходимо сравнить целевую и плановую себестоимость, чтобы определить величину, на которую необходимо сократить затраты. После этого можно приступить к выпуску продукта и выводу его на рынок.

Преимущества использования данного метода: позволяет поэтапно рассмотреть все затраты, входящие в себестоимость продукта; пытаясь достичь целевую себестоимость руководители подразделений находят новые нестандартные решения; дает возможность контролировать затраты на стадии производства продукции; позволяет определить

целесообразность выпуска данного вида продукта; обеспечивает получение планового финансового результата.

Недостатки применения данного метода: внедрение данного метода требует значительных затрат и много времени, что в конечном итоге многим предприятиям становится экономически невыгодным; технические возможности на некоторых предприятиях не представляют возможным снизить издержки на производство продукции; многие производители стремясь минимизировать затраты экономят на качестве выпускаемой продукции; могут возникнуть противоречия между предприятиями перерабатывающей промышленности и поставщиками сырья.

Таким образом, для успешного применения данной концепции необходима тесная взаимосвязь между подразделениями предприятия. Совместная работа менеджеров, технических, экономических и производственных подразделений позволит на основе известной цены и нормы прибыли снизить плановую себестоимость производимой продукции до уровня целевой.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Катков Ю.П. «Таргет-костинг» и «кайзен-костинг» в оптимизации затрат и калькулировании себестоимости продукции АПК / Ю.П.Катков, Пикитина С.В. // Бухучет в сельском хозяйстве. – 2011. - № 8. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://financier.consultant.ru/pbi/list/2011/1007.html>. Дата доступа: 01.02.2013.
2. Мерзлякина Г.С., Волков С.В. Концепция формирования и управления целевой себестоимостью (target costing) // Управленческий учет, №8, 2008. - с. 34-39.