

Лихацкая Екатерина Александровна

преподаватель

Беспмятнова Людмила Петровна

канд. экон. наук, доцент

ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»

г. Ростов-на-Дону, Ростовская область

УСТАНОВЛЕНИЕ TARGET PROFIT И СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ЦЕЛЕВЫХ ЗАТРАТ НА КАТЕГОРИИ

Аннотация: в данной статье авторами рассмотрены вопросы сегментирования затрат по категориям. В работе также рассмотрен относительно новый подход к управлению затратами Target costing и возможности стоимостного анализа. В статье представлена модель диаграммы целевых затрат.

Ключевые слова: целевые затраты, target costing.

В процессе нахождения целевых затрат следует вычесть от запланированной рыночной цены сбыта на исследуемое изделие предполагаемую сумму прибыли (или разности между доходами и расходами) [2].

После того, как сумма общих затрат на весь период жизненного цикла изделия была определена, следует данный показатель подразделить в соответствии с выполняемыми новым изделием функциями, имеющимся в конструкции компонентами и частями, чтобы генерировать контроль по всем уровням предприятия в целях планирования, контроля и управления. Данный процесс, обозначаемый также как процесс сегментирования или разделения целевых затрат, происходит при допущении оптимального распределения ресурсов и денежных средств предприятия, которые в идеальном варианте используются таким образом, какой в максимальной степени соответствует требованиям потенциального покупателя относительно потребительских свойств изделия [3].

Соотнесение доли целевых затрат может производиться либо на потребительские функции изделия, либо непосредственно на его компоненты. Рассматриваемая функциональная методика была внедрена на японских предприятиях и

применялась, как правило, для сложных и высокоинновативных продуктов, поскольку на стадии развития и внедрения нового изделия еще не существует точных представлений и сведений о компонентах изделия. Данный способ характеризуется тем, что целевые затраты делятся на основе функциональных отраслей, выделенных в соответствии с предполагаемой потребительской полезностью продукта [1].

Если уже на фазе конструкторской разработки имеются какие-либо исходные пункты деления изделия на составные части, например, руководствуясь предыдущими аналогичными моделями, то целевые затраты могут быть непосредственно отнесены на компоненты, группы или части изделия без принятия во внимание потребительской полезности. Данная методика получила название компонентной. Однако только сочетание двух рассмотренных подходов позволяет объединить преимущества каждой из методик в отдельности и относится одновременно ко всем трем уровням: функции изделия, компоненты изделия и его части.

Конкретная процедура процесса сегментирования базируется согласно исследованиям Хорват и Зайденшварц [5] на следующих основных этапах, при этом интересующий нас концепт Target Costing представлен в виде 8 этапов, первые 5 из которых представляют собой непосредственно сегментирование затрат, а оставшиеся 6–8 являют собой процесс Value Engineering:

1. Определение функциональной структуры нового продукта в соответствии с установленными рыночными характеристиками.

2. Определение веса функций продукта на базе результатов опроса покупателей относительно «жестких» (технические характеристики) и «мягких» (внешние характеристики) функций.

3. В соответствии с показателем целевых затрат составляется предварительный проект нового продукта, обобщающие компоненты, посредством которых реализуются функции изделия.

4. Планирование затрат на компоненты изделия.

5. Определение веса компонент продукта для целей реализации мягких и жестких функций.

6. Установление целевого индекса компонент продукта.

7. Оптимизация показателя целевого индекса при помощи контрольной диаграммы целевых затрат (Value Control Chart).

8. Проведение дальнейших мероприятий по снижению затрат, например, перепроверка имеющихся функций продукта, изменение существующей конструкции изделия и применение стоимостного анализа.

Особый интерес представляет собой процесс Value Engineering, который представлен в этапах 6–8, и упомянутое выше понятие стоимостного анализа в системе Target Costing. Под стоимостным анализом понимают методику систематического снижения суммы затрат производственных факторов, целью которого является развитие идей в области редуцирования расходов по продуктам (стоимостной анализ продуктов), способам производства (анализ производственных подходов) или процессам (попроцессный стоимостной анализ). В качестве основных принципов данного раздела можно отметить функциональный анализ относительно изготовления исследуемых видов продукции и заключительный процесс образования цены изделия (Value Engineering), по которой оно будет реализовываться при условии выполнения определенных потребительских функций. Таким образом, целью Value Engineering является оптимальное продуктоориентированное распределение производственных ресурсов и денежных средств [6].

Процесс Value Engineering укрупненно можно представить в виде трех этапов, базирующихся на предыдущих 5 ступенях проведения сегментирования целевых затрат.

Для определения показателя индекса целевых затрат относительно каждой отдельной компоненты изделия требуется показатель удельного веса конкретной компоненты разделить на удельный вес плановых затрат на данную часть изделия в общей сумме расходов по изделию. В качестве оптимальной величины представляется 1, поскольку в этом случае максимально возможно подразделение расходов по компонентам изделия в соответствии с потребительской полезностью.

Индекс целевых затрат, неравный единице, выражает, что воплощение конкретной функции отдельной части продукта либо слишком дорого (менее 1), либо слишком дешево (более 1).

В то время, как при показателе целевого индекса менее 1 необходимым является проведение ряда мероприятий по снижению суммы затрат по данному элементу, величина показателя более 1 отражает, что по данной части продукта следует улучшить выполняемые им потребительские функции, либо же применить более дорогостоящие производственные ресурсы для поднятия его привлекательности в глазах потенциального потребителя и опосредованно увеличить показатель удельной полезности данной компоненты изделия.

Полученный на этапе 6 индекс целевых затрат подлежит оптимизации посредством так называемой диаграммы целевых затрат (Value Control Chart) для максимального приближения величины индекса к единице. Для этих целей в системе координат на абсциссе отражаются относительные величины потребительской полезности, а на ординате – удельный вес каждого элемента изделия в общей сумме плановых расходов на изделие. Прямая линия с углом наклона в 45 градусов представляет собой расположение оптимальной величины индекса целевых затрат, при которой вес потребительской полезности и вес плановых затрат в общей сумме расходов на продукт полностью соответствуют.

Однако, в связи с тем, что рассматриваемая оптимальная величина на практике по понятным причинам редко недостижима, то исследователями предлагается установление так называемой оптимальной зоны целевых затрат, в пределах которой должны располагаться точки, координаты которых отражают целевые индексы различных компонент продукта. Путем функционального исследования было установлено, что область допустимых отклонений от оптимальных величин в части меньших относительных показателей существенно больше, чем у коэффициентов с максимальным значением.

Решающее значение для установления целевой зоны затрат производственных факторов на продукт приобретает разработка соответствующей рыночной

стратегии, из чего следует, что чем меньше задана целевая зона, тем меньше разница между плановыми стандартными расходами на изделие и допустимыми рыночными ограничениями затратами (Target Cost). Если в хозяйственной деятельности предприятия имеются предпосылки для максимального достижения показателя целевых затрат, базирующиеся на опыте изготовления аналогичных моделей, представляется разумным при установлении оптимальной целевой зоны принимать во внимание аналогичные показатели по уже выпускаемым аналогичным изделиям [4].

Структура диаграммы целевых затрат представлена на рисунке 1.

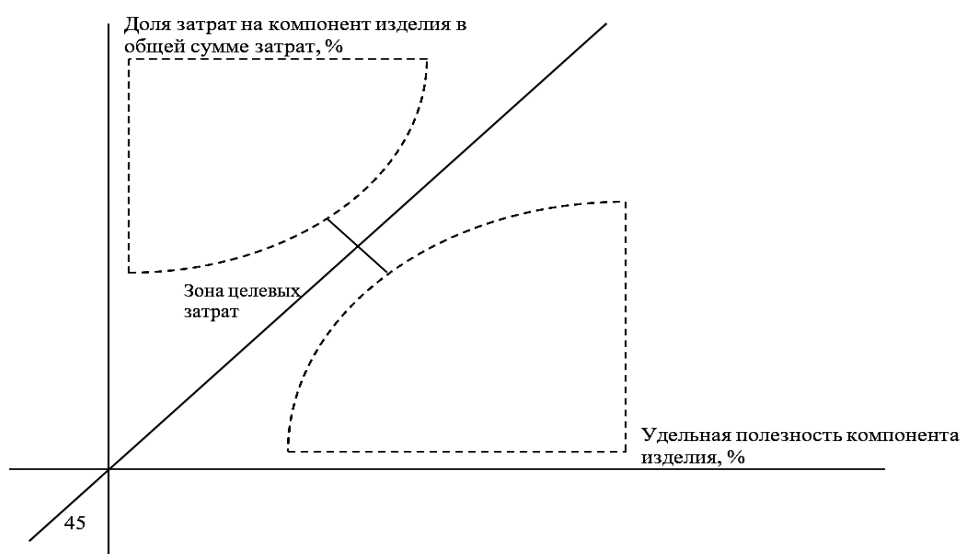


Рис. 1. Структура диаграммы целевых затрат

Опираясь на представленную модель диаграммы целевых затрат можно схематически представить следующее расположение точек целевых расходов для анализируемых компонент продукта:

1. На линии с углом наклона в 45 градусов: показатели удельного веса затрат по каждому компоненту изделия и его относительная потребительская полезность полностью соответствует (индекс целевых расходов равен единице).

2. Между линией в 45 градусов и ординатой, но за пределами оптимальной зоны: реализуемые представленной деталью изделия функции являются относительно приписываемой им потребительской полезности слишком дорогими (необходимо снижение суммы расходов, индекс целевых затрат менее единицы).

3. Между линией в 45 градусов и абсциссой, но за пределами целевой зоны: в этом случае следует провести исследования на предмет того, не является ли необходимым в виду низкой суммы затрат на производство по компоненту и высокой степени потребительской полезности улучшение функций изделия или применение более дорогостоящих материалов (индекс целевых затрат более единицы).

4. В пределах зоны целевых затрат: несмотря на то, что показатели доли затрат на деталь в общей сумме плановых расходов и соотносимая ей потребительская полезность не полностью соответствуют, данные незначительные отклонения в пределах следует рассматривать как допустимые.

Список литературы

1. Николаева А.Б. Таргет-костинг как инструмент стратегического управления промышленным предприятием // Сегодня и завтра Российской экономики. – 2011. – №43. – С. 84–87.

2. Панфилова Е.А. Корпоративные императивы экономической политики хозяйственного роста // Экономическая политика хозяйственного роста: Тематический сборник научных трудов. – Ростов н/Д, 2014. – С. 129.

3. Сарычева К.О., Фролова И.В. Современные концепции управленческого учета // Приоритетные направления развития и модернизации современной России. Правовые и социально-экономические аспекты Межвузовская научно-практическая конференция. Филиал НОУ ВПО «МИПП» в г. Ростове-на-Дону. – Ростов н/Д, 2014. – С. 131.

4. Фирова И.П., Глазов М.М. Совершенствование методов учета и управления затратами как важнейший фактор обеспечения экономической безопасности промышленного предприятия // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. – 2014. – №4. – С. 161–164.

5. Хорват П., Вернер З. Менеджмент целевых затрат. – С. 145–149.

6. Вернер З. Target Costing. – С. 199–210.

7. Чалова М.И., Беспмятнова Л.П. Современные тенденции развития управленческого учета // Современные тенденции и перспективы развития России. Политические, правовые и социально-экономические аспекты Межвузовская научно-практическая конференция. Филиал НОУ ВПО «МИПП» в г. Ростове-на-Дону. – Ростов н/Д, 2014. – С. 43.