

ӘОЖ: 338:512

<https://orcid.org/0000-0002-2211-2340>

<https://orcid.org/0000-0002-9850-5036>

<https://orcid.org/0000-0001-7171-3057>

**Ахметова С.С.,\* Агенова К.А., Саркулова Н.К.**

экономика магистрі, аға оқытушы М.Әуезов атындағы ОҚУ, Шымкент, Қазақстан

қаржы магистрі, аға оқытушы М.Әуезов атындағы ОҚУ, Шымкент, Қазақстан

қаржы магистрі, аға оқытушы М.Әуезов атындағы ОҚУ, Шымкент, Қазақстан

## **МАҚСАТТЫ ШЫҒЫНДАРДЫҢ БУХГАЛТЕРЛІК ЕСЕБІН ҰЙЫМДАСТЫРУ МЕН «ТАРГЕТ-КОСТИНГ» ЖҮЙЕСІН ҚОЛДАНУДЫҢ ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫ**

**Автор корреспондент: salima.akmetova@inbox.ru**

**Түйін.** Қазақстандық кәсіпорындардың халықаралық нарыққа шығуы олардың корпоративтік басқарудың сапасы мен ашықтығы, бизнестің ұзақ мерзімді тұрақтылығы критерийлері бойынша халықаралық бизнес қауымдастығының талаптарына жауап беру қажеттілігін анықтады. "Таргет-костинг" мақсатты шығындарды басқару жүйесін енгізудің теориялық-әдістемелік және ұйымдастырушылық аспектілерінің жеткіліксіз дамуы, оның өнімнің өзіндік құнын басқарудағы және ұйымдардың баға саясатын қалыптастырудағы практикалық қажеттілігінің жоғарылығы осыда болып тұр. Мақсатты шығындардың мәні және жіктелуі. Нысаналы өзіндік құн, баға және пайда Басқару есебі теориясында «мақсатты» шығындар деп оқшауланған өнімнің (өнімнің, жұмыстың, көрсетілетін қызметтің) өзіндік құны, белгілі бір өндірістік өнімді дайындауға арналған шығыстарды шифрлау және сәйкестендіру элементі; белгілі бір қызметтің оқшауланған өлшенетін түрі түсініледі. Мақсатты шығындар туралы ақпаратқа қажеттілік нақты ресурстарды пайдалану тиімділігін сандық бағалау қажеттілігімен түсіндіріледі.

**Кілт сөздер:** басқару есебі, шығындар, калькуляция, таргет-костинг, мақсатты шығындар, өндірістік шығындар,

**Кіріспе.** Мақсатты шығындар жүйесі немесе таргет-костинг алғаш рет АҚШ - та «General Electric» корпорациясында (1947 ж.) қолданылды, алайда жүйенің отаны Жапония болып табылатыны көпшілік мойындаған, онда 1965 жылы «Toyota» компаниясы өндірісте мақсатты шығындар тұжырымдамасын алғаш қолданған [1]. «Мақсатты шығындар» жүйесін кейінірек кеңінен қолдану 1988 жылы Гарвард экономикалық журналындағы жапондық менеджер Тоширо Хиромотоның «Another hidden - Japanese Management Accounting» («жасырын пышақ: жапондық Басқару есебі») мақаласы жарияланғаннан кейін пайда болды. Жапонияда басқарушылық есепке алу туралы мақалада Т. Хиромото алдымен мақсатты шығындар жүйесін анықтау үшін қолданылатын «мақсатты костинг» терминін қолданды [2].

Теориялық талдау. Мақсатты шығындар жүйесін шығындарды анықтау құралы ретінде ғана емес, сонымен қатар жаңа баға әдісі ретінде де қарастыруға болады. Баға белгілеудің дәстүрлі тәсілдеріне сәйкес баға жаңа өнімді әзірлеу және дайындау бойынша орындалған жұмыс нәтижелілігінің түпкілікті (оң немесе теріс) бағасы болып табылады. Мақсатты шығындар жүйесінде өнімнің бағасын анықтау жаңа өнімнің техникалық және технологиялық даму процестерінен бұрын болады, ал тәжірибелік үлгіні жасап, дайындағаннан кейін - бұл өнімді одан әрі жетілдірудің үйлестірушісі болып табылады.

Мақсатты тәсілмен дәстүрлі «қымбат» баға «мақсатты» өзіндік құнмен ауыстырылады, тауарды нарыққа шығару тәсілі – сатып алушылардың мүмкіндіктеріне бейімделген өзіндік құны бар сұранысқа ие нарықтық өнімді ұсыну [3].

Қазіргі экономикалық әдебиетте әртүрлі авторлардың тар - гет-костинг жүйесінің көптеген анықтамалары бар [4]. Төменде осы жүйенің мәні мен негізгі принциптерін ашатын шағын тізім берілген:

- жүйелі, сатып алушыларға бағытталған пайданы жоспарлау процесі;
- мақсатты стратегиялық шығындарды басқару әдісі ;

- өндіріс пен сату өнімінің алдын-ала белгіленген бағасы, функциялары мен сапасы бойынша пайданың қолайлы деңгейін қамтамасыз ететін шығындарды анықтауға құрылымдық тәсіл;

- нарықтық баға, қажетті пайда нормасы және тұтынушылардың белгілі бір санатының талаптары негізінде жаңа өнімнің өзіндік құнын айқындау жүйесі.

Нысаналы шығындар жүйесі Инновациялық немесе жаңғыртылған өнімдерді өндіруді Стратегиялық жоспарлау, оларды дайындау мен мақсатты өзіндік құнды калькуляциялау шығындарын азайту тұжырымдамасын білдіреді.

Бұл жүйе кәсіпорынның стратегиялық инновациялық саясатын, сондай - ақ ескірген өнімді жетілдіру, жаңғырту саясатын әзірлеуге мүмкіндік береді. Кейбір авторлар мақсатты баға, мақсатты пайда және мақсатты шығындар сияқты элементтерді мақсатты костинг жүйесінің құрылымында қарастырады [4].

**Тәжірибелік талдау.** Мақсатты костингті қолдану сәтті болуы үшін бірқатар шарттарды орындау қажет, олардың ең бастысы кәсіпорынның функционалды бөлімшелері, атап айтқанда маркетингтік қызметтер, техникалық, зерттеу және өндірістік бөлімшелер арасындағы тығыз көлденең өзара әрекеттесу. Бұл белгілі баға мен пайда нормасына негізделген өнімнің жоспарланған құнын оның мақсатты құнына дейін төмендету бойынша бірлескен жұмысты ұйымдастыру үшін қажет.

Мақсатты костингтің тиімділігінің маңызды шарты оны қолданудың тұрақтылығы болып табылады. Мақсатты өзіндік құн жай анықталып қана қоймай, оған қол жеткізу үшін мақсатты өзіндік құнды үнемі нақтылап, кәсіпорын шығындарын белгіленген мәнге дейін төмендетуге тырысу керек.

Қолдану алгоритмі. Бұл әдістің мәні өнімді нарықта сатудың белгілі (немесе берілген) бағасына және қажетті пайда мөлшеріне сүйене отырып, мақсатты өзіндік құн белгіленеді, ол кейіннен кәсіпорынның барлық қызметтерінің, ең алдымен техникалық қызметтердің күшімен қамтамасыз етіледі.

Мақсатты костингті қолдану кезіндегі әрекеттер тізбегі келесідей: бастапқыда нарықтағы өнімнің бағасы анықталады (және мұнда әртүрлі нұсқалар мүмкін – мүмкін немесе ең қолайлы). Осыдан кейін белгілі бір баға мен қажетті пайда нормасына сәйкес өнімнің мақсатты құны анықталады. Оның үстіне өзіндік құн директ-костинг жүйесі бойынша да, абзорпшн-костинг жағдайында да айқындалуы мүмкін. Директ-костингтің бұл жағдайда артықшылығы-мақсатты шығындармен салыстырылатын нақты шығындар тек ауыспалы шығындар негізінде анықталады және сәйкесінше сатылған өнімнің көлеміне байланысты болмайды. Бұл жағдайда белгіленген шығындар назардан тыс қалады. Абзорпшн-костинг кезінде мақсатты өзіндік құнға барлық шығындар қосылады, алайда нақты өзіндік құнды сметалық (немесе нысаналы) құнмен салыстыру кезінде соңғысын өнімді өткізу жөніндегі жоспардың орындалуына сәйкес қайта есептеу керек.

Өнімнің мақсатты құны жоспарланған құн үшін нұсқаулық ретінде қызмет етеді. Мақсатты және жоспарланған шығындарды салыстыру қабылданған техникалық және ұйымдастырушылық шаралар нәтижесінде олар тең болғанға дейін мерзімді түрде жүреді. Алынған шығындар өндіріс үшін жоспарланған болады, ал оны есептеу үшін қабылданған әрекеттер тәртібі - жоспарды орындаудағы кәсіпорын бөлімшелерінің іс-қимыл алгоритмі.

Ең алдымен, компания жоспарланған тауарлар санын сата алатын және сонымен бірге кірісті бірдей деңгейде сақтай алатын өнім бірлігінің бағасын анықтау керек. Мақсатты шығындарды осы көрсеткіштер арасындағы айырмашылық ретінде анықтауға болады. Алынған мән-компания қызметкерлері өнімді әзірлеу, өндіру және жылжыту кезінде басшылыққа алатын Өлшем. Нәтижесінде компания қажетті өзіндік құнға өнім сапасының нашарлауы есебінен емес, тиімді жұмыс және шығындарды азайтудың балама резервтерін іздеу нәтижесінде шығады.

Күшті жақтары	Әлсіз жақтары
<p>шығындарды төмендету Стратегиясының мақсаттарын іске асыруды қамтамасыз етеді;</p> <p>бұл шығындарды азайтып қана қоймай, оларды қажетті деңгейге жеткізуге мүмкіндік береді;</p> <p>нарықтың қазіргі конъюнктурасы жағдайында жоспарлы қаржылық нәтиже алуды қамтамасыз етеді;</p> <p>ескертпелі бақылау шығындар мен мақсатты калькуляциялау өзіндік құн нарығының талаптарына сәйкес көздейді. Басқаша айтқанда, ол нарық пен клиенттердің талаптарына, оның ішінде өнімнің сапасына және оны өндіру мерзіміне үнемі назар аударуды қамтиды;</p> <p>кәсіпорынның қаржылық нәтижесін барынша арттыруды бағаны барынша көбейту арқылы қамтамасыз етеді, алайда жоспарланған өнім көлемін іске асыру мүмкін болады, сонымен қатар өнімнің өзіндік құнын үнемі төмендету арқылы. Тиісінше, кез-келген саладағы сәттілік компанияға шығындарды басқарудың осы әдісін қолдану кезінде пайда әкеледі;</p> <p>белгілі бір нарықтық жағдайларда кәсіпорын басшылығы белгілеген орта мерзімді және ұзақ мерзімді қаржылық нәтижелерге қол жеткізу үшін жаңа өнімдер үшін мақсатты шығындарды анықтауды қамтамасыз етеді; өнімді оның бүкіл өмірлік циклі ішінде біртұтас тұтас ретінде қарау;</p> <p>ол өндіріс сатысына қарағанда өзгерістер енгізу әлдеқайда оңай болған кезде өнімді әзірлеу сатысында шығындарды бақылауды қамтамасыз етеді.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- шығындарды белгіленген шекті деңгейге дейін төмендету үшін айтарлықтай уақыт немесе маңызды инвестициялар қажет. Кейбір жағдайларда бұл экономикалық жағынан тиімсіз болады. Кейде кәсіпорынның техникалық мүмкіндіктері өнімді өндіру шығындарын қажетті мөлшерде азайтуға мүмкіндік бермейді;</li> <li>- жоспарланған баға мен сату көлемінің сенімділігіне жоғары талаптар қояды және шығындарды тұрақты, мақсатты және үздіксіз төмендетуді қамтиды;</li> <li>- өнімнің сапасы сияқты факторларды "кадрдан тыс" қалдырады.</li> </ul>
Мүмкіндіктер	Қатерлер
<ul style="list-style-type: none"> <li>- сатып алушылардың (тапсырыс берушілердің)сұранысы бойынша мақсатты бағаны белгілеу;</li> <li>- мақсатты маржа мен мақсатты пайданы есептеу;</li> <li>- мақсатты өзіндік құнды мақсатты баға бойынша анықтау;</li> <li>- нақты өзіндік құнды анықтау;</li> <li>- нақты өзіндік құнды мақсатты деңгейге дейін жеткізу тәсілдерін анықтау.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- мақсатты стратегиялық шығындарды басқару әдісі ғана ;</li> <li>- өзіндік құнды анықтауға құрылымдық тәсіл, яғни алдын ала белгіленген баға, өндіріс өнімінің функциялары мен сапасы бойынша ғана пайда деңгейі және іске асыру</li> <li>- нарықтық баға, қажетті пайда нормасы және тұтынушылардың белгілі бір санатының талаптары негізінде жаңа өнімнің өзіндік құнын айқындау жүйесі ретінде ғана болуы .</li> </ul>

**Нәтижелер мен талқылау.** Әдістің артықшылықтары: шығындарды төмендету Стратегиясының мақсаттарын іске асыруды қамтамасыз етеді;

бұл шығындарды азайтып қана қоймай, оларды қажетті деңгейге жеткізуге мүмкіндік береді;

нарықтың қазіргі конъюнктурасы жағдайында жоспарлы қаржылық нәтиже алуды қамтамасыз етеді;

көздейді, ескертпелі бақылау шығындар мен калькулирование мақсатты өзіндік құн нарығының талаптарына сәйкес. Басқаша айтқанда, ол нарық пен клиенттердің талаптарына, оның ішінде өнімнің сапасына және оны өндіру мерзіміне үнемі назар аударуды қамтиды;

кәсіпорынның қаржылық нәтижесін барынша арттыруды бағаны барынша көбейту арқылы қамтамасыз етеді, алайда жоспарланған өнім көлемін іске асыру мүмкін болады, сонымен қатар өнімнің өзіндік құнын үнемі төмендету арқылы. Тиісінше, кез-келген саладағы сәттілік компанияға шығындарды басқарудың осы әдісін қолдану кезінде пайда әкеледі;

белгілі бір нарықтық жағдайларда кәсіпорын басшылығы белгілеген орта мерзімді және ұзақ мерзімді қаржылық нәтижелерге қол жеткізу үшін жаңа өнімдер үшін мақсатты шығындарды анықтауды қамтамасыз етеді; өнімді оның бүкіл өмірлік циклі ішінде біртұтас тұтас ретінде қарау;

ол өндіріс сатысына қарағанда өзгерістер енгізу әлдеқайда оңай болған кезде өнімді әзірлеу сатысында шығындарды бақылауды қамтамасыз етеді. Бұл шығындарды басқарудың мәніне толық сәйкес келеді: басқарушылық әсер тиісті шығындар пайда болғанға дейін жүзеге асырылады, яғни егер шығындар құны мақсатты құнның белгіленген шартын қанағаттандырмаса, кәсіпорын оны өндірістік процедураларды олардың басталуына дейін түзету арқылы өзгерте алады, бұл сізге өнімді емес шығындарды жоюға мүмкіндік береді[5].

Әдістің кемшіліктері:

шығындарды белгіленген шекті деңгейге дейін төмендету үшін айтарлықтай уақыт немесе маңызды инвестициялар қажет. Кейбір жағдайларда бұл экономикалық жағынан тиімсіз болады. Кейде кәсіпорынның техникалық мүмкіндіктері өнімді өндіру шығындарын қажетті мөлшерде азайтуға мүмкіндік бермейді;

жоспарланған баға мен сату көлемінің сенімділігіне жоғары талаптар қояды және шығындарды тұрақты, мақсатты және үздіксіз төмендетуді қамтиды;

өнімнің сапасы сияқты факторларды "кадрдан тыс" қалдырады.

**Қорытынды.** Мақсатты шығындар деп біз келісу кезеңдерінде айқындалатын болжамды жалпы және үлестік шығындар түсініледі, яғни кәсіпорынның стратегиялық мақсаттарын (яғни сыртқы және сол сияқты мақсаттарды ішкі орта), шығындарды басқарушылық есепке алу объектілеріне жатқызылатын (өнімнің мақсатты шығындары, құндылықты құрайтын ағынның мақсатты шығындары, өндіріс кезеңдерінде (нарықтағы жағдай өзгерген кезде) түзетуге және өнімнің өмірлік циклінің барлық кезеңдерінде басқарушылық есепке алу жүйесінде көрсетуге жататын қызметтің нысаналы көлеміне арналған нысаналы шығындар, қызметтің нақты көлеміне арналған нысаналы шығындар және т.б.).

#### **Әдебиеттер тізімі:**

1. Анисимова Л. А. Бюджетирование как механизм управленческого контроля затрат при разработке нового вида продукции // Аудит и финансовый анализ. 2011. № 1. С. 26–32.
2. Лапин Д. Р. Таргет-костинг в управлении стоимостью готовой продукции // Учёт и внутренний контроль. 2016. № 2. С. 131-134.
3. Гусева И. Б. Управление целевыми затратами // Финансы и кредит. 2005. № 34

(202). С. 39–48.

4. Воронова Е. Ю. Метод таргет-костинг-калькулирования себестоимости. URL: [http://afdanalyse.ru/publ/operacionnyj\\_analiz/analiz\\_sebestoimosti/](http://afdanalyse.ru/publ/operacionnyj_analiz/analiz_sebestoimosti/) (дата обращения: 21.05.2022).

5. Салахова Э. К. Учёт затрат, калькулирование и бюджетирование в различных отраслях производственной сферы: учеб. пособие. Астрахань: Изд-во АГТУ, 2015. 256 с.

**Аннотация.** В статье рассмотрены современное состояние организации учета целевых затрат. Выход казахстанских предприятий на международные рынки обусловил необходимость их соответствия требованиям международного бизнес-сообщества по критериям качества и прозрачности корпоративного управления, долгосрочной стабильности бизнеса. В этом заключается недостаточное развитие теоретико-методических и организационных аспектов внедрения системы управления целевыми затратами "Таргет-костинг", высокая ее практическая потребность в управлении себестоимостью продукции и формировании ценовой политики организаций. Сущность и классификация целевых затрат. Целевая себестоимость, цена и прибыль в теории управленческого учета под "целевыми" затратами понимается себестоимость изолированной продукции (продукции, работ, услуг), элемент шифрования и идентификации расходов на изготовление определенной производственной продукции; изолированный измеряемый вид определенной деятельности. Потребность в информации о целевых затратах объясняется необходимостью количественной оценки эффективности использования конкретных ресурсов.

**Ключевые слова:** Управленческий учет, затраты, калькуляция, таргет-костинг, целевые затраты

**Abstract.** The article considers the current state of the organization of target cost accounting. The entry of Kazakhstani enterprises into international markets necessitated their compliance with the requirements of the international business community on the criteria of quality and transparency of corporate governance, long-term business stability. This is the insufficient development of theoretical, methodological and organizational aspects of the implementation of the target cost management system "Target-costing", its high practical need for managing the cost of production and the formation of the pricing policy of organizations. The essence and classification of target costs. Target cost, price and profit in the theory of management accounting, "target" costs are understood as the cost of isolated products (products, works, services), an element of encryption and identification of costs for the manufacture of certain production products; an isolated measurable type of certain activity. The need for information on target costs is explained by the need to quantify the effectiveness of the use of specific resources.

**Keywords:** Management accounting, costs, calculation, target costing, target costs, production costs