

ОСНОВАНИЯ ИНТЕГРАЦИИ СИСТЕМЫ ТАРГЕТ-КОСТИНГ НА ПРЕДПРИЯТИИ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Симонян Ани Артемовна

магистрант, ФГБОУ ВО Московский государственный технологический университет «СТАНКИН», РФ, г. Москва

Современная система здравоохранения, в частности фармацевтическая промышленность занимает одно из приоритетных направлений в социально-экономической политике государства, особое положение которой заключается в значимости продуктов ее производства.

Одним из направлений развития фармацевтической отрасли России должна быть разработка методологии и методик управленческого учета, обеспечение качественного анализа, и внутреннего контроля затрат, повышающих результативность финансово-хозяйственной деятельности организаций. [1]

Фармацевтическое производство является достаточно сложной и трудоемкой отраслью современной промышленности. Это обусловлено наличием определенной специфики как производственного процесса, так и дальнейшего жизненного цикла продукта.

По этой причине, данная отрасль подвергается строгому надзору со стороны государства посредством регулирования и оценки соответствия их деятельности в установленным стандартам.

Жесткие требования органов к качеству, эффективности и безопасности препаратов контролируются основным нормативным документом, регулирующим фармацевтическую деятельность, а именно федеральным законом от 12 апреля 2010 г. № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств». Данным законом регулируются отношения, возникающие в связи с обращением – разработкой, исследованиями, экспертизой, государственной регистрацией, реализацией, применением лекарственных средств и тд. В частности, осуществляется жесткий контроль технологического цикла производства.

Все вышеперечисленные особенности образуют дополнительных объем издержек для производителей лекарственных средств.

Наличие достаточно большого числа затратнообразующих факторов в фармацевтическом секторе экономики создает серьезные проблемы для учета и анализа результатов производственной деятельности, которые главным образом формируют себестоимость готовой продукции.

В связи с чем, возникает острая необходимость в эффективно организованном управленческом учете, адаптированном к отраслевой специфике и призванном учитывать организационные особенности фармацевтических предприятий. [2,3,4]

Традиционные подходы к учету справляются с указанной выше спецификой, однако не обеспечивают руководству наибольшую результативность.

Для этого, к реализации предлагается прогрессивная система управления издержек на основе целевых затрат (таргет-костинг).

Целевое управление затратами (таргет-костинг) — это система, направленная на достижение целевой себестоимости исходя из установленной конкурентной цены и размера желаемой прибыли. Сам процесс оптимизации затрат посредством усовершенствования дизайна инициируется на самых ранних этапах разработки. А фундаментом системы является декомпозиция продукта с последующей функционально-стоимостной оценкой, позволяющей сохранить ключевые характеристики. [4]

Нестандартные условия разработки, производства и реализации, которые могут сподвигнуть менеджмент к интеграции таргет-костинг представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Основания для реализации таргет-костинг на фармацевтическом предприятии

№ п.п.	Наименование	Характеристика
1.	Стратегический характер планирования	Выход лекарственного препарата на рынок невозможен без исследований, продолжительность которых варьируется от одного года. Оперативный управленческий учет не позволяет прогнозные изменения на такой длительный период, и целесообразности реализации проекта по выпуску нового препарата эффективным будет применение стратегических инструментов.
2.	Регламентируемый характер возникающих затрат	Для осуществления производства, все компоненты лекарственных препаратов подлежат длительной процедуре обязательной регистрации в органах, что затрудняет последующее изменение технологии замены составляющих продукта после начала промышленного производства. Вследствие чего, возникающая необходимость оценить удельные затраты, связанных с производством и реализацией препарата на этапе разработки, является определяющим фактором применения таргет-костинга.
3.	Социально-экономический характер отрасли	Социальная направленность фармацевтической промышленности определяет условия осуществления деятельности. Одним из факторов является вмешательство государства в рыночные отношения, что приводит к снижению цен и повышению доступности препаратов при невозможности обеспечить высокое качество продукта со стороны производителя. Любые меры, направленные на оптимизацию затрат, не должны затрагивать безопасность и полезность препаратов. По этой причине, философия воздействия на затраты с оценкой и сохранением ключевых функций продукта может быть реализована только удовлетворяющим всех участников рынка.
4.	Регулируемое ценообразование	Около тридцати процентов всего объема производимых лекарственных препаратов в России входит в категорию жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов (ЖНВЛП). Цены на препараты данной категории регулируются государством посредством установления предельных цен производителя, а в некоторых случаях также и максимальной рентабельности, тем самым задавая потолок цены и прибыли, что позволяет для последующего вычисления критического уровня затрат.
5.	Значительный объем инвестиций	Запуск производства нового лекарственного средства, в отличие от традиционных категорий товаров, требует внушительных капитальных затрат на разработку, исследования, испытания и регистрацию будущего препарата. Объем финансирования научно-исследовательских работ может достигать нескольких миллионов рублей. При таком уровне инвестиций производство нерентабельного продукта может привести к необратимым последствиям. Обезопасить компанию можно посредством анализа перспективности проекта с помощью целевого управления затратами.

Разработка препарата при применении данного метода будет значительно отличаться от классического подхода. Процедура расчета позволит избежать увеличения бюджета затрат на стадии производства и эксплуатации, а также при необходимости заложить резервы последующего снижения себестоимости учитывая специфические характеристики деятельности фармпредприятий при оценке и последующей оптимизации.

Список литературы:

1. Хосев А.М. Роль фармацевтической промышленности в современном развитии экономики государства// Transport Business In Russia | №3 2015
2. Федеральный закон от 12.04.2010 г. № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств», 2010 г. [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/30941> (дата обращения: 13.11.2020)
3. Пашутин С.Б. К вопросу повышения эффективности управления фармацевтической компанией//Менеджмент в России и за рубежом. 2003. № 2.
4. Горлов В.В. Концепция формирования управленческого учета и организация внутреннего контроля на предприятиях фармацевтической отрасли. [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://diss.seluk.ru/di-ekonomika/733805> (дата обращения: 13.11.2020)
5. Керимов В.Э. Таргет-костинг как инструмент определения целевой себестоимости – Вестник ФА, 2007 г.