

**УДК 338.512**

**І. З. Лаба, Л. Я. Малюта, канд. екон. наук, доц.**

Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя, Україна

## **ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМИ TARGET COSTING, ЯК НЕТРАДИЦІЙНОГО МЕТОДУ ОБЛІКУ ВИТРАТ**

**I.Z. Laba, L.Y. Maliuta, Ph.D, Assoc. Prof.**

### **USE OF TARGET COSTING AS NON-TRADITIONAL METHODS OF COST ACCOUNTING**

Target Costing (цільова вартість) – це метод управління собівартістю (витратами на виробництво) продукції, суть якого полягає в зниженні собівартості продукції впродовж усього виробничого циклу, за рахунок застосування виробничих, інженерних, наукових досліджень і розробок.

Актуальність даного питання обґрунтовується тим, що в умовах ринкової економіки все більшого значення набуває показник собівартості продукції, який відображає ефективність виробництва будь-якого підприємства.

Система Target Costing – це цілісна концепція управління, що підтримує стратегію зниження витрат і реалізовує функції планування виробництва нових продуктів, превентивного контролю витрат і калькуляції цільової собівартості відповідно до ринкових умов господарювання.

Система Target Costing виникла в Японії. Вперше застосована у 1965 році, хоча її спрощений варіант у 1947 році. На виробничих підприємствах, особливо в інноваційних галузях, де постійно розробляються нові моделі і види продукції застосовують цю систему.

В даний час, коли підприємства застосовують сучасні технології, більш економічне і продуктивне обладнання, вдосконалюють організацію управління підприємствами, отримання прибутку за допомогою збільшення цін стає проблематичним.

Target Costing передбачає розрахунок собівартості продукції, виходячи з попередньо встановленої ціни реалізації. Ця ціна визначається виходячи з маркетингових досліджень, тобто фактично є очікуваною ринковою ціною продукту чи послуги. Всі учасники виробничого процесу – від менеджера до робітника – працюють над проектом і виготовленням продукту, що відповідає цільовій собівартості.

Розглядаючи причини виникнення системи Target Costing, слід звернути увагу на бізнес, що помітно змінився в останні десятиліття. Сьогодні одним з головних чинників успіху і конкурентоспроможності компаній є інноваційні продукти. Виробники в багатьох галузях вже не можуть продавати величезні партії стандартних виробів, покладаючись на відносно стабільні ринки і технології. Сучасні ринки є мінливими, а технології прогресують дуже швидко, що примушує менеджерів використовувати нові підходи до управління, орієнтуючись на поведінку споживачів, і розробляти відповідні інструменти планування, вимірювання, обліку і контролю витрат, які об'єднуються в систему управління витратами. Сама ідея, покладена в основу концепції Target Costing, нескладна і революційна одночасно.

Target Costing ґрунтується на дуже простій ідеї: якщо для успішного бізнесу продукт виробництва потрібно продавати за ціною, що не перевищує ринкову, то визначення собівартості майбутньої продукції починається саме зі встановлення ціни на неї. Традиційний підхід виражається формулою:

$$\text{Ціна} = \text{Собівартість} + \text{Прибуток} \quad (1.1)$$

А згідно концепції Target Costing отримуємо рівність дещо змінену:

$$\text{Ціна} - \text{Прибуток} = \text{Собівартість} \quad (1.2)$$

Система Target Costing, на відміну від традиційних способів ціноутворення, передбачає розрахунок собівартості виробу, виходячи із заздалегідь встановленої ціни реалізації. Ця ціна визначається за допомогою маркетингових досліджень, тобто фактично є очікуваною ринковою ціною продукту або послуги.

Застосовують в конкурентному середовищі нашої країни, передбачає постійну боротьбу за зниження витрат і розглядається в комплексному аналізі показників.

Використання методу Target Costing передбачає використання алгоритму наступних дій:

Визначення ринкової ціни продукту (маркетинговий аналіз).

Уточнення вимог до функцій і якості.

Визначення цільового прибутку для продукту.

Визначення допустимої собівартості продукції.

Розрахунок реальної собівартості продукції.

Визначення допустимих затрат по кожній функції.

Розробка продукту.

Оцінка витрат по складових продукції.

Оцінка затрат на кожну функцію товару.

Коректування продукту.

Встановлення затрат.

Виробництво і постійний контроль витрат в процесі виробництва.

Отже, система Target Costing спрямована на узгодження витрат для виробництва продукції або надання послуг до вимог ринку, в першу чергу для того, щоб підприємство зберігало конкурентоспроможність та було привабливим для іноземних інвесторів.

### **Література**

1.Грещак М.Г., Гордієнко В.М., Коцюба О.С. та ін. Управління витратами : Навч. посіб. / За заг. ред. Грещака М.Г. – К.: КНЕУ, 2008.

2.Давидович І.Є. Управління витратами: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2008.

3.Іванюта П.В., Лугівська О.П., Управління витратами: навч. Посіб//Київ: «Центр учбової літератури», 2011 р. – с. 316.

4.Кальєніна Н.В., Інструментарій системи управління витратами підприємства// Класичний приватний університет, 2011 р. № 1- 230 с.

5.Карпенко О.В. Управлінський облік: навч.посіб./ О.В.Карпенко, Д.В.Карпенко – К.: «Центр учбової літератури», 2012.

6.Лищенко О.В. Фінансовий облік: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Київ: Вид-во «Центр навчальної літератури», 2008.

7.Турило А. М. Управління витратами підприємства: Навч. посібник / А. М. Турило, Ю. Б. Кравчук, А. А. Турило. – К.: Центр навчальної літератури, 2006.