

ББК 65.050.9(2)2

Дубчак О. – ст.гр. БМп-32

Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя

ВИКОРИСТАННЯ АЛГОРИТМУ TARGET COSTING, ЯК НЕТРАДИЦІЙНОГО МЕТОДУ ОБЛІКУ ВИТРАТ

Науковий керівник: асистент Малюта Л.Я.

Однією цікавою спробою обліку витрат є алгоритм Target Costing. Основу концепції складає зміна погляду на взаємозалежність ціни, прибутку і собівартості. Традиційний підхід виражається формулою:

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

Тобто очікується, що нову продукцію вдасться реалізувати за ціною, що повністю покриє витрати й забезпечить прибуток, необхідний для подальшого розвитку бізнесу. Для традиційної продукції застосування такої формули можливе лише теоретично. Тому творці системи Target Costing змінили порядок дій у цьому вираженні, відповідно змінилися й пріоритети складових:

$$\text{Цільова собівартість} = \text{Цільова ціна} - \text{цільовий прибуток} \quad (1.2)$$

Підхід Target Costing пропонує коротший шлях в ході якого визначаються практично всі властивості продукції і відбувається їх збалансування за вимогами і цінами ринку. Конструкція і технологія нового виду продукції розробляється у раніше визначених межах. Це призводить до прискорення часу розробки, але залишає можливості альтернатив. Потрібно відмітити, що організація роботи в системі Target Costing пропонує вищий рівень вирішення проблем в конструктивних, технологічних питаннях підготовки виробництва. Ще однією важливою відмінністю в управлінні собівартості продукції в концепції Target Costing є постійна боротьба за зниження витрат і оптимізації співставлень Ціна – Функції – Якість – Витрати відразу після початку виробництва та продажу нового товару.

Одне з перших, але актуальних і сьогодні визначень Target Costing, наведене М. Сакураї, підкреслює саме комплексність і об'єднуючу сутність цієї концепції: "Target Costing може бути визначений, як засіб управління витратами, який можна застосовувати для зниження будь-яких витрат, пов'язаних із продуктом протягом усього періоду його життєвого циклу, шляхом об'єднання зусиль виробничих, конструкторських, дослідницьких, маркетингових, економічних підрозділів компанії".

Використання методу Target Costing передбачає використання алгоритму дій:

- визначення ринкової ціни продукту (маркетинговий аналіз);
- уточнення вимог до функцій і якості;
- визначення цільового прибутку для продукту;
- розрахунок реальної собівартості продукції;
- розробка продукту;
- встановлення затрат;
- виробництво і постійний контроль витрат в процесі виробництва;

Отже, виходячи з вище зазначеного даний метод може використовуватись в конкурентному середовищі нашої країни, так як він передбачає постійну боротьбу за зниження витрат і розглядається в комплексному аналізі показників.