



4. Святенко І. М. Вплив факторів на формування облікової політики підприємства / І. М. Святенко // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. Бухгалтерський облік, аналіз і аудит. – 2014. – Випуск II (54). – С. 246-252.

Мышковец Ю. А.

кандидат экономических наук, доцент
Институт бизнеса и менеджмента технологий
Белорусский государственный университет
г. Минск, Республика Беларусь

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ ЦЕЛЕВОГО КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ (TARGET COSTING)

Целевое калькулирование (Target costing) представляет собой отдельный современный метод учета затрат. Его применение обусловлено тем обстоятельством, что в высоко конкурентных условиях ведения бизнеса компании вынуждены постоянно изменять дизайн и технические характеристики производимых изделий или оказываемых услуг, уделяя при этом пристальное внимание достижению их целевой себестоимости (target cost).

1. Что представляет собой целевое калькулирование (Target costing)? В наиболее общем виде его можно описать следующим образом: целевая себестоимость (target cost) определяется как разность между конкурентоспособной рыночной ценой на изделие и прибылью, которую компания планирует получить в результате его реализации. Целевая себестоимость (target cost) может представлять собой меньшую величину нежели планируемая первоначальная себестоимость производства изделия и быть достигнута со временем на стадии зрелости жизненного цикла изделия.

Необходимо отметить, что процесс изменения дизайна и технических характеристик производимых изделий и оказываемых услуг оказывает существенное влияние на продолжительность их жизненного цикла (product life cycles). Этап внесения в изделие дизайнерских и технических характеристик является критически важным для процесса учета затрат компании, так как позволяет снизить затраты именно на этой стадии жизненного цикла изделия, а не в процессе его последующего производства. Так, например, японские промышленные компании неуклонно развивают использование целевого калькулирования именно по причине его способности контролировать и снижать затраты в течение всего жизненного цикла производимых изделий.

2. Процесс внедрения целевого калькулирования в компании может быть разделен на ряд последовательных стадий:

Стадия 1. Определение характеристик изделия, которые будут гарантировать достижение приемлемого объема его продаж.

Стадия 2. Определение цены продажи изделия, которая позволит сохранить или занять желаемую долю рынка.

Стадия 3. Расчет прибыли от реализации изделия, взаимосвязанный с величинами показателей рентабельности продаж и рентабельности инвестиций.

Стадия 4. Определение целевой себестоимости (target cost) = целевая цена продаж изделия (target selling price) – целевая прибыль (target profit).

Стадия 5. Расчет фактической себестоимости производства изделия (estimated cost) исходя из его характеристик и действующего уровня затрат компании, включая прямые материальные и трудовые затраты, накладные расходы компании.



Стадия 6. Расчет отклонения целевой себестоимости (target cost gap) = Фактическая себестоимость производства изделия (estimated cost) - целевая себестоимость (target cost)

Стадия 7. Поиск решений, устраняющих отклонение целевой себестоимости. Именно на этом предварительном этапе до производства изделия процесс нивелирования его целевой себестоимости и фактической себестоимости производства может быть наиболее успешным, нежели уже на стадии производства изделия.

3. Пример расчета целевой себестоимости (target cost). Производитель легковых автомобилей поставил перед собой задачу расчета целевой себестоимости на новую модель автомобиля с планируемой рыночной ценой \$17 950. При этом целевая величина прибыли установлена менеджментом компании в размере 8%. Расчет целевой себестоимости новой модели автомобиля может быть произведен следующим образом:

$$\text{Целевая величина прибыли} = 8\% * \$17\,950 = \$1\,436$$

$$\text{Целевая себестоимость} = \$17\,950 - \$1\,436 = \$16\,514$$

4. Особенности использования целевого калькулирования. Целевое калькулирование требует от менеджеров компании изменения восприятия ими взаимосвязи между себестоимостью, ценой и прибылью:

- традиционный подход к разработке и запуску в производство нового изделия предполагает определение себестоимости его производства, фиксацию цены продажи и предварительный расчет прибыли от его реализации.
- подход, применяемый в целевом калькулировании, заключается в четком определении характеристик/спецификации изделия, установлении рыночной цены на изделие с учетом требуемой прибыльности и расчете целевого уровня затрат, который необходимо достигнуть.

Таким образом целевое калькулирование (Target costing) фокусируется на:

- a) формировании себестоимости изделия исходя из его планируемой продажной цены;
- b) требованиях потребителя к качеству изделия, способности его к оперативному появлению на рынке;
- c) дизайне изделия: поэтому все изменения технического, инженерного характера по изделию должны быть приняты строго на стадии дизайна, до начала производства изделия

5. Устранение отклонения целевой себестоимости (target cost gap) может быть осуществлено по следующим направлениям улучшения технологии производства изделия и оптимизации внутренних бизнес-процессов компании:

- уменьшение числа компонентов и комплектующих;
- использование стандартных компонентов и комплектующих;
- обучение и мотивация производственного персонала к более эффективному использованию трудового времени;
- использование различных взаимозаменяемых видов материалов при производстве изделия;
- применение новых, более эффективных производственных технологий;
- устранение/элиминирование видов деятельности компании, которые характеризуются неспособностью генерировать добавленную стоимость.

В итоге даже если, предварительный анализ затрат показал, что изделие может быть произведено именно с требуемым уровнем целевой себестоимости, дальнейшее использование методики целевого калькулирования (Target costing) для оптимизации затрат на производство изделия может быть распространено на весь жизненный цикл изделия.

Список использованных источников

1. The Importance of Management Accounting for Professional Accountants in Business. 05/08/2014 by GAA Accounting. By George W. Russell.
2. ACCA Paper F2 Study Text: Management accounting. Third edition June 2009. BPP Learning Media Ltd.