

# Таргет-КОСТИНГ

**Метод учёта затрат**



# Таргет-костинг

**Таргет-костинг (target costing)** - концепция управления, поддерживающая стратегию снижения затрат и реализующая функции планирования производства новых продуктов, превентивного контроля издержек и калькулирования целевой себестоимости в соответствии с рыночными реалиями.

Современный таргет-костинг (японское название — genka kikaiku) зародился в Японии в 1960-х годах. Впервые данный метод внедрила в практику корпорация Toyota в 1965 году.



# Таргет-костинг

Применение инноваций в производстве продукции и организации бизнеса позволяет:

1

уменьшить  
отходы  
производства

2

уменьшить  
время  
простоев

3

упростить  
конструкцию  
продукции и  
технологии  
производства

4

повысить  
качество  
изделия и  
улучшить  
обслуживание  
клиентов

Основная причина, обуславливающая необходимость этих процессов, заключается в тенденции снижения реальных цен на продукцию при насыщении рынка определенным видом продукции .



# Таргет-костинг

**экономическая концепция «price down — cost down»**



# Таргет-костинг

Предприятия, получающие информацию от традиционных систем учета затрат, тратят больше времени и денежных средств на процесс создания продукции.

Это объясняется тем, что механизмы традиционных систем позволяют выяснить предполагаемые затраты производства лишь в конце процесса разработки продукции.

Если затраты на производство и реализацию выходят выше рыночной цены, то исследования просто приходится начинать сначала.



# Таргет-костинг

**Система целевого управления затратами таргет-костинг основывается на очень простой идее:**



Вместо стандартного вопроса: «Во сколько обходится производство продукции?» таргет-костинг ставит другой вопрос: **«Сколько должна стоить продукция?»**

**Основная задача: определение такой себестоимости продукции, которая при цене, жестко заданной рынком, позволит предприятию получить планируемую прибыль.**

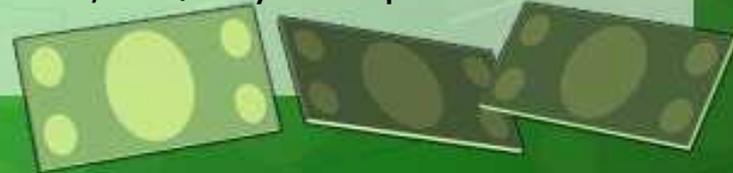


# Таргет-костинг

## Процесс таргет-костинга



Результатом всех мероприятий таргет-костинга является новый продукт, который, во-первых, соответствует всем требованиям потребителей в отношении его качества и функциональных характеристик, а во-вторых, может производиться по себестоимости, акцептуемой рынком.



# Таргет-костинг

Допустимый размер себестоимости по методу таргет-костинга определяется следующим образом:

$$\text{Цена} - \text{Прибыль} = \text{Себестоимость}$$

Рыночная цена в данном методе называется целевой ценой (target price),

желательная разница между себестоимостью и продажной ценой называется целевой прибылью (target profit)

себестоимость, по которой изделие должно быть изготовлено, называется целевой себестоимостью (target cost)



# Таргет-костинг

## Принципы

первостепенная и постоянная ориентация на требования рынка и клиентов

калькуляция целевых затрат для новых продуктов, а также их составных частей

учет влияния на себестоимость продукции пожеланий потребителей по качеству и срокам изготовления продукции

использование концепции жизненного цикла продукта



# Таргет-костинг

**Таргет-костинг - отнюдь не "пятое колесо" в инструментарии современного менеджмента; это действенный способ предохранения от экономических неудач, который поможет бизнесмену сберечь деньги ещё до того, как они будут потрачены.**

