

Таргет-КОСТИНГ

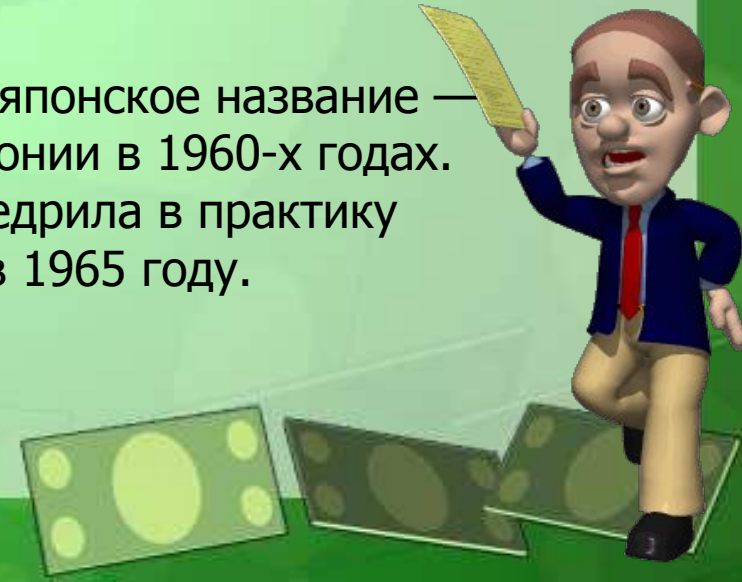
Метод учёта затрат



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.

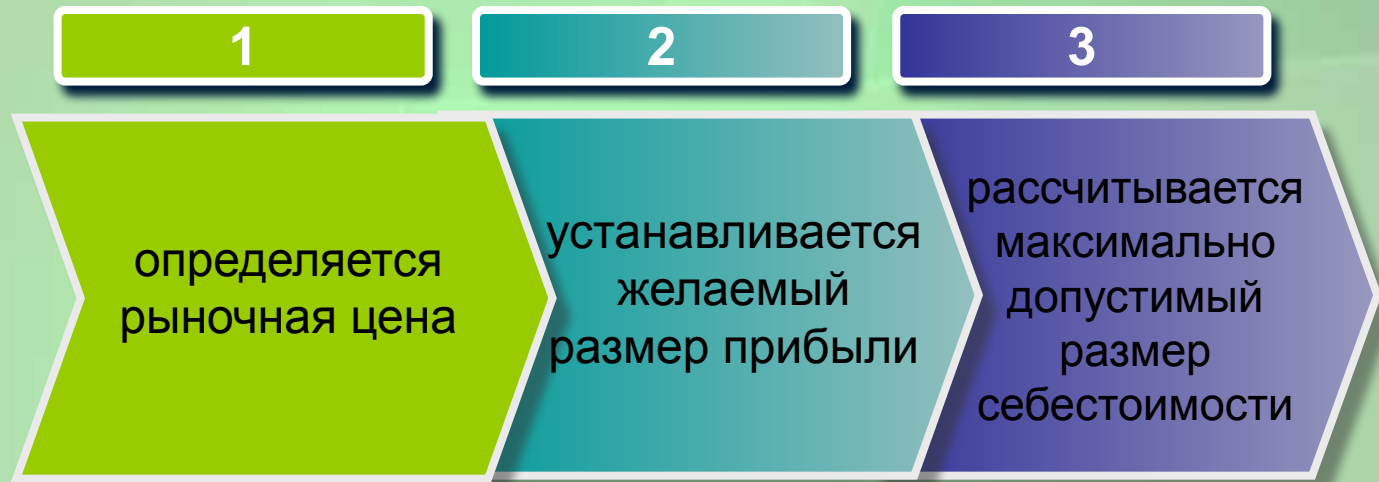
Это объясняется тем, что механизмы традиционных систем позволяют выяснить предполагаемые затраты производства лишь в конце процесса разработки продукции.

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.

