

ТАРГЕТ-КОСТИНГ КАК МЕТОД ЦЕЛЕВОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ

*Шилик Марина Александровна
Научный руководитель - Зубрицкий А. Ф.*

Как свидетельствует опыт развитых стран мира, перспективной системой, позволяющей значительно повысить степень эффективности управления предприятием и финансовую устойчивость организации, является контроллинг — система поддержки управления экономикой предприятия, ориентированная на рационализацию выполнения оперативных и стратегических целей и достижения заданных результатов, объединяющая информационное обеспечение, планирование, контроль и анализ.

Контроллинг располагает большим количеством разнообразных методов управления предприятием.

Среди них сравнительно новый метод стратегического управления затратами — таргет-костинг (TARGET COSTING), который исключительно хорошо зарекомендовал себя на предприятиях Японии и США.

Наибольшее распространение таргет-костинг получил на предприятиях, работающих на международных рынках в условиях жесткой конкуренции, и прежде всего в инновационных отраслях: автомобилестроении, производстве электроники.

Система целевого управления затратами таргет-костинг основывается на очень простой идее: если для успешного бизнеса изделие нужно продавать по цене, не превышающей рыночную, то определение себестоимости будущей продукции начинается именно с установления цены на нее.

Понятие «целевая себестоимость» отличается от понятия «плановая себестоимость», применяемого в отечественной хозяйственной практике.

Будущее современного стратегического менеджмента невозможно без системы целевого управления затратами. Западные экономисты, анализируя тенденции сращивания менеджмента и контроллинга, отметили большую значимость таргет-костинга в инструментарии современных управленцев, и пророчит ему большое будущее.