

## ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ СИСТЕМИ КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ «ТАРГЕТ-КОСТ»

*О.І.Чернишенко<sup>1</sup>, Т.О.Кобєлева<sup>2</sup>*

*<sup>1</sup> аспірант кафедри економіки бізнесу і МЕВ, НТУ «ХПІ», Харків, Україна*

*<sup>2</sup> професор кафедри економіки бізнесу і МЕВ, доктор. екон. наук, НТУ «ХПІ», Харків, Україна  
[Tetiana.Kobielieva@khp.edu.ua](mailto:Tetiana.Kobielieva@khp.edu.ua)*

Система калькулювання собівартості «таргет-кост» (від англ. *target cost* – цільова собівартість) є популярним інструментом управління витратами, особливо в умовах конкурентного ринку. Вона дозволяє виробникам зосередитися на досягненні встановленої цільової ціни для забезпечення конкурентоспроможності продукту. В результаті проведеного нами дослідження виявлено та обґрунтовано основні переваги та недоліки цієї системи [1-12].

Переваги системи «таргет-кост» формують наступні її можливості.

*Фокус на споживача та ринок.* Система ґрунтується на ринковій ціні, тобто ціна формується на основі попиту та очікувань споживачів. Це допомагає створювати продукти, які будуть конкурентоспроможними і відповідати потребам ринку.

*Контроль витрат на ранніх етапах.* «Таргет-кост» спрямовує увагу на управління витратами на етапі розробки продукту. Це дозволяє компаніям краще контролювати витрати та не перевищувати заплановану собівартість.

*Покращення взаємодії між підрозділами.* Впровадження цієї системи вимагає тісної співпраці між маркетинговими, виробничими, фінансовими та інженерними відділами. Це сприяє інтегрованому підходу до проектування та виробництва продукту.

*Підвищення рентабельності.* Оскільки методика ставить за мету досягнення певної собівартості, це допомагає зосередитися на зниженні витрат і підвищенні прибутковості.

*Зменшення фінансових ризиків.* Оскільки вартість товару визначається ще до його виробництва, це допомагає зменшити ризики перевищення витрат, що може вплинути на рентабельність проекту.

*Інновації в процесі виробництва.* Система заохочує до пошуку нових рішень і оптимізації виробничих процесів для досягнення цільової собівартості без погіршення якості продукту.

Недоліки системи «таргет-кост» пов'язані в першу чергу зі складнощами в організаційному супроводі цієї системи. Визначмо найбільш важливі з них.

*Трудомісткість впровадження.* Впровадження «таргет-кост» вимагає значних зусиль, адже всі підрозділи компанії повинні працювати в тісній взаємодії для досягнення єдиної цільової собівартості. Це може створювати організаційні труднощі.

*Високий рівень невизначеності.* Визначення цільової собівартості залежить від багатьох факторів, таких як ринкові тенденції та зміни в цінах на матеріали або робочу силу. Якщо ці фактори змінюються, досягнення цільової собівартості може стати складнішим.

*Складність в інноваційних галузях.* Для нових або інноваційних продуктів, де ринкові ціни можуть бути невизначеними або сильно варіюватися, застосування методу «таргет-кост» може бути важким, адже важко прогнозувати ринкові ціни та потреби споживачів.

*Можливе зниження якості.* У прагненні досягти цільової собівартості є ризик того, що компанії можуть скоротити витрати, знижуючи якість матеріалів або компонентів

продукту. Це може призвести до негативних наслідків для репутації компанії та задоволення споживачів.

*Складність в короткостроковій перспективі.* Досягнення цільової собівартості часто потребує часу, і короткострокові витрати на перебудову виробничих процесів або зміну постачальників можуть бути значними. Це може негативно впливати на фінансові результати у короткостроковій перспективі.

*Труднощі з адаптацією до зміни умов.* Система «таргет-кост» не завжди є гнучкою до змін зовнішнього середовища. Наприклад, якщо несподівано змінюються ціни на сировину, досягнення цільової собівартості може вимагати серйозних коригувань у процесі виробництва.

В цілому, можемо зробити заключний висновок, що система «таргет-кост» є потужним інструментом управління витратами, особливо в умовах високої конкуренції та обмежених бюджетів. Її основні переваги полягають у фокусі на споживачів та ринок, контролі витрат і підвищенні рентабельності. Однак її впровадження може бути складним, особливо в умовах невизначеності та для інноваційних продуктів.

#### **Список літератури:**

1. Інтелектуальна власність: магістерський курс : підручник / П.Г.Перерва [та ін.]; ред.: П.Г.Перерва, В.І.Борзенко, Т.О.Кобєлева; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Харків : Планета-Прінт, 2019. 1002 с.

2. *Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M.* (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.

3. Compliance program: [tutorial] / P.G. Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M.Veress Somosi. Kharkov; Miskolc: NTU "KhPI", 2019. 689 p.

4. *Перерва П.Г.* Економіка і маркетинг виробничо-підприємницької діяльності: Навч. посібник / За ред. проф. Перерви П.Г., проф. Гавриць О.М., проф. Погорєлова М.І. – Харків : НТУ «ХПІ», 2004. – 640 с.

5. *Kosenko A.V., Tkachev M.M., Kobieliiev V.M., Pererva P.G.* (2018) Innovative compliance of technology to combat corruption // Innovative management: theoretical, methodical, and applied grounds / S.M. Illiashenko, W.Strielkowski (eds.). 1st edition. Prague: Prague Institute for Qualification Enhancement. P.285-295.

6. *Перерва П.Г.* Управління інноваційною діяльністю підприємства // Маркетинг: підручник / За ред. О.А.Старостіної. К.: Знання, 2009. С. 461-518.

7. *Перерва П.Г.* Економіка та організація інноваційної діяльності : підруч. / П.Г.Перерва; за ред. П.Г.Перерви, С.А.Меховича, М.І.Погорєлова. Харків: НТУ «ХПІ», 2008. 1080 с.

8. *Перерва П.Г., Косенко О.П., Ткачова Н.П.; Ткачов М.М.* Формування конкурентного, інтелектуального і маркетингового потенціалу інноваційного підприємства // Вісник НТУ "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 36-40.

9. *Кобєлева Т. О.* Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Прінт, 2020. 354с.

10. *Nagy S., Sikorska M., Pererva P.* (2018) Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire. Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами: матеріали 9-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 19 квітня 2018 р. Київ: НАУ, 2018. С. 21-22.

11. *Перерва П. Г., Побережна Н. М.* Визначення ефективності використання виробничого потенціалу машинобудівного підприємства. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2012. № 2. С. 191-198.

12. *Sikorska M., Kocziszky György, Pererva P.G.* (2017) Compliance service at guest services enterprises // Менеджмент розвитку соціально-економічних систем у новій економіці: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. Полтава: ПУЕТ, 2017. С. 389-391.