

**Кирильєва Л.О., канд. екон. наук, доцент
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна**

Концепт методу «Таргет-костинг» в стратегічному управлінському обліку промислових підприємств

Трансформація економічних моделей бізнесу та посилення конкуренції вимагають виваження цінової політики, яка здійснює вплив на ринковий успіх кожного підприємства. Протягом життєвого циклу продукції ціни змінюються під впливом зовнішніх та внутрішніх детермінантів, розповсюдженим з яких є цінова та конкурентна політика. Тому керівники підприємств повинні бути добре ознайомлені з цінами та якістю товарів конкурентів, використовуючи зовнішні інформаційно-аналітичні джерела (каталоги, інформація про стан цільового ринку, можливі ризики) для отримання конкурентних переваг та реалізації розробленої стратегії. Методичним рішенням у стратегічному управлінському обліку повинно стати формування цільової ціни на основі калькулювання собівартості продукції за методом «Таргет-костинг». Погоджуємося, що саме метод «Таргет-костинг» «узгоджується з функціональним методом обліку витрат і це дає можливість оцінити витрати понесені на створення кожної функції продукції, а отже, миттєво та оптимально реагувати на переми в ринковому оточенні» [1].

Метод «Таргет-костинг» переважно використовується в підприємствах Японії, США, Західній Європі, де визнається стратегією, відповідно до якої, по-перше, все розраховується ціна нового виду продукції та його гранична собівартість, по-друге, приймається рішення про виробництво продукції та її реалізацію на промислових ринках збуту за ціною, яку згодні заплатити потенційні покупці. Дана концепція калькулювання собівартості продукції поєднує в інформаційній системі підприємства маркетинг та управлінський облік. Як зазначають науковці «в концепції таргет-костингу маркетинг немов «накладається» зверху на управлінський облік, тобто функції маркетингу і проектування реалізуються спільно, а на «виході» системи отримуємо продукт, що має максимально відповідати очікуванням споживачів за якісними характеристиками і найбільш ймовірною ціною реалізації» [2]. Тобто, основу визначення цільової ціни складають маркетингові дослідження, результати якого надають можливість підприємству досягти бажаного обсягу продажів і частини ринку. Шляхом відрахування з цільової ціни частини необхідного прибутку визначають величину максимально припустимої виробничої собівартості. В системі стратегічного обліку для визначення собівартості продукції за системою «Таргет-костинг» необхідно здійснювати конструювання вартості, що базується на системному вивченню усіх функцій виробу та чинників витрат, використовуючи функціональний аналіз, з метою їх оптимізації, а також задоволення. Таким чином, інтеграція концепції «Таргет-костинг» в систему стратегічного обліку сприяє проектуванню конкурентоспроможної ціни на інноваційні види продукції, задовольняючи конкретні потреби споживачів на ринках B2B.

Список використаних джерел:

1. Колінько Н.І. Таргет-костинг як перспективний метод інституційного забезпечення управління витратами виробництва. Науковий економічний журнал «Інтелект ХХІ». с.69-72; 2. Павлова С.І., Магнушевська Т.М. Метод таргет-костингу як прогресивний метод цільового стратегічного управління витратами. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип. 10(2). С. 56-58.

Курган Н.В., канд. екон. наук, доцент
Должикова О.В., здобувач вищої освіти ступеня бакалавр*
Харківський національний економічний університет,
ім.Семена Кузнеця, Україна

Обліково - аналітичне забезпечення експортно - імпорتنих операцій підприємств

Згідно з Митним кодексом України [1], імпортна операція визначається як комерційна діяльність, що включає в себе закупівлю та ввезення в Україну іноземних товарно-матеріальних цінностей з метою їх подальшої реалізації на внутрішньому ринку або використання у виробничо-господарській діяльності. З посиленням незалежності української держави їх важливість зростає, і вони повинні зайняти провідне місце в міжнародних економічних процесах. Це означає, що необхідно впроваджувати нові методи обліково-аналітичного забезпечення, які найбільш відповідають вимогам євроінтеграційних процесів.

Враховуючи це, інформація, що обліковується та аналізується, має виникати в результаті роботи відповідної системи забезпечення на підприємствах. Однак поняття "обліково-аналітичного забезпечення" та підходи до його розуміння в економічній літературі різняться значно, оскільки під цим терміном розуміють [2]:

- Цей процес включає в себе підготовку обліково-аналітичної інформації, забезпечення її необхідною кількістю та якістю, а також виконання та гарантування здійснення процесу постачання цієї інформації системі управління.

- Ця система включає в себе процеси збору, обробки, узагальнення, подання та аналізу фінансової інформації з метою забезпечення її необхідною кількістю і якістю для проведення господарської діяльності.

Отже, виходячи з вищезазначеного, можна стверджувати, що обліково-аналітичне забезпечення експортно-імпорتنих операцій охоплює сукупність інформації про зовнішньоекономічне середовище підприємства, яку використовують для оцінювання економічних явищ та процесів, розроблення та прийняття управлінських рішень щодо здійснення обліково-аналітичних

* Науковий керівник- Курган Н.В., канд. екон. наук, доцент