

Формирование целевых затрат по целевой цене

Мелких Е.Г.

Белорусский национальный технический университет

На каждом предприятии технология управления затратами с позиции целевой цены имеет особенности, на которые в основном влияют следующие факторы: интенсивность конкуренции в целевом сегменте рынка; предпочтения покупателей в этом сегменте; стратегия в области развития производимой продукции; характеристики продукта; стратегия в области взаимоотношений с поставщиками. Особенно актуальна концепция целевой цены для предприятий, действующих на рынках с высоким уровнем конкуренции, выпускающих дифференцируемую продукцию с коротким жизненным циклом. Такие предприятия вкладывают значительные средства в обновление своего ассортимента и желают как можно скорее окупить затраты на разработку продукции. Поэтому планирование затрат на выпуск и реализацию продукции производится, начиная со стадии разработки продукции. После завершения разработки продукта и его выхода на рынок предприятие начинает борьбу за постоянное снижение себестоимости продукции вплоть до его ликвидации.

Целевая цена определяется для каждого продукта и представляет собой цену, которую потенциальный покупатель захочет заплатить. Формирование целевой цены основывается на понимании ценности, которую придают продукту потребители, а также на реакции конкурентов. Целевая цена формирует основу для расчета целевых затрат. После того как установлена целевая цена, необходимо определить уровень целевой прибыли, исходя из проблем, которые желает разрешить предприятие. И, в последнюю очередь рассчитываются целевые затраты на единицу продукции – это целевая цена минус целевая прибыль на единицу.

Алгоритм установления целевой цены и целевых затрат представляет собой итерационный процесс и состоит из этапов: разработка продукта, выявляющего потребности потенциальных потребителей; установление целевой цены; расчет целевых затрат (целевой полной себестоимости) путем вычитания целевой прибыли из целевой цены; поиск управлений сокращения затрат для достижения целевой себестоимости производится посредством функционально-стоимостного анализа. Прежде чем определится окончательная величина затрат, будет выполнено не одна итерация установления целевой цены и целевых затрат. В результате определяются практически все свойства продукции, и происходит их финансировка с требованиями и ценами рынка.