

ГОАЛ-КОСТИНГ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Чернишенко О.І.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

У сучасних умовах підвищеної конкуренції, глобалізації економіки та необхідності оптимізації ресурсів усе більшої актуальності набувають інноваційні підходи до управління витратами на виробництво продукції. Одним із таких методів є гоал-костинг (від англ. *goal costing*) – концепція, яка інтегрує стратегічне планування, цільове управління та економічний контроль на етапі формування собівартості продукції. Гоал-костинг – це метод управління витратами, що передбачає встановлення цільової собівартості на основі ринкової ціни та очікуваного прибутку. Інакше кажучи, компанія відштовхується не від фактичних витрат, а від прийнятної для ринку ціни, «віднімає» бажаний прибуток і таким чином визначає допустимий рівень витрат. Цей метод є аналітичним інструментом стратегічного управління та дозволяє ефективно синхронізувати технічний розвиток, маркетинг і фінансове планування. Гоал-костинг передбачає раннє залучення усіх функціональних підрозділів до процесу проектування продукції, що дозволяє враховувати витрати ще на етапі концептуальної розробки. Етапи впровадження гоал-костингу: аналіз ринку: визначення конкурентної ціни та запитів споживача; встановлення цільового прибутку: на основі стратегічних фінансових цілей; розрахунок цільової собівартості: різниця між ринковою ціною та очікуваним прибутком; розробка продукту з урахуванням цільових витрат; контроль та моніторинг на всіх етапах життєвого циклу продукту; практичне застосування.

Гоал-костинг широко використовується у високотехнологічних галузях, таких як автомобілебудування, електроніка, авіація. Наприклад, компанія Toyota активно застосовує цільове управління витратами при створенні нових моделей, що дозволяє їй зберігати високу рентабельність навіть у періоди економічної нестабільності. Гоал-костинг як інструмент стратегічного управління собівартістю продукції забезпечує підприємствам нові можливості для досягнення балансу між якістю, ціною та прибутковістю. Його впровадження потребує системного підходу, глибокого аналізу ринку і високого рівня координації в організації.

Література:

1. Витвицька О.Д. Особливості формування механізму регулювання інвестування інновацій в сучасних умовах // Науковий вісник НУБіПУ. Сер.: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес. 2013. Вип. 181(4). С. 85-90.
2. Shpak N., Vytvytska O., Martynyuk O., Kylaec M., Sroka W., (2022). Formation of management and technological maturity levels of enterprises for their dynamic development. *Engineering Management in Production and Services*, 14(3), 1-12.
3. Бажал Ю.М. Інноваційне підприємництво: креативність, комерціалізація, екосистема : навч. посібник. Київ: Пульсари, 2015. 278 с.
4. Бузовський Є.А., Витвицька О.Д., Скрипниченко В.А. Нетрадиційні джерела енергії - вимоги часу. Науковий вісник НУБіПУ, 2008. Вип. 119. С. 289-294.