- Analyse des prix de revient
- Seuil de rentabilité / point mort

Les objectifs du contrôle de gestion se situent dans la recherche des coûts internes. En effet, beaucoup de chefs d'entreprise connaissent approximativement les **prix de revient** de leurs produits ou services. Mais, un calcul précis pourrait aboutir à des surprises. Ainsi, l'entreprise peut perdre de l'argent sur un produit sans s'en apercevoir, le résultat au niveau global étant positif. Aussi, la mise en place d'un contrôle de gestion a pour finalités la détermination :

- des prix de revient et de la marge, soit par produit, soit par activité.
- de budgets.
- de la rentabilité d'un investissement de productivité (agissant sur le coût de stockage...)
- de la rentabilité d'un investissement de croissance (agissant sur le volume des ventes...)
- de la mesure des performances d'un centre de responsabilités, d'un service commercial...

Par ailleurs, un produit ou un service peut fort bien ne jamais dégager de bénéfices ou alors à partir d'un volume de ventes élevé. Aussi, le chef d'entreprise doit pouvoir fonder ses décisions sur la connaissance du niveau minimal de ventes nécessaires à l'équilibre financier (**seuil de rentabilité**) ainsi que la date probable d'équilibre (**point mort**).