

7.4. ТАРГЕТ-КОСТИНГ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РОССИЙСКОЙ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Курилов К.Ю., к.э.н., доцент кафедры
«Финансы и кредит»;
Курилова А.А., д.э.н., доцент, профессор,
кафедра «Финансы и кредит»

Тольяттинский государственный университет

Российский рынок автотранспортных средств показывает отрицательную динамику, по итогам 2013 г. объем продаж автомобилей сократился на 5,5%, а по итогам 2014 г. - на 7% по сравнению с аналогичным периодом прошедшего года. При этом наибольший спад продаж испытали отечественные бренды (-15%). Таким образом, перед отечественными производителями стоит задача повышения конкурентоспособности своей продукции, которая в первую очередь определяется ценой на готовый продукт – автомобиль. Практика деятельности зарубежных компаний показывает, что одним из способов оптимизации цены на автомобиль является система таргет-костинг, позволяющая получить автопроизводителю необходимую цену на продукцию.

Литература

1. Автомобильный рынок России: результаты 1-го полугодия 2014 г. и перспективы развития [Электронный ресурс] / Прайсво-терхаусКуперс. URL: <http://www.pwc.ru/ru/automotive/publications/index.jhtml>.
2. Друри К. Управленческий и производственный учет [Текст] / К. Друри. – М. : Юнити-Дана, 2010. – 1424 с.
3. Иванов Д.Ю. Прикладная модель системы материального стимулирования (на примере предприятия специального машиностроения) [Текст] / Д.Ю. Иванов // Проблемы управления. – 2010. – №6. – С. 33-37.
4. Курилова А.А. Бюджетирование как элемент финансового механизма управления затратами на предприятиях автомобилестроения [Текст] / А.А. Курилова // Вектор науки Тольяттинского госуд. ун-та. – 2010. – №4. – С. 144-148.
5. Курилова А.А. Формирование системы финансового планирования на предприятиях автомобильной промышленности [Текст] / А.А. Курилова // Вектор науки Тольяттинского госуд. ун-та. – 2011. – №2. – С. 224-228.
6. Курилова А.А. Формирование системы финансового планирования на предприятиях автомобильной промышленности [Текст] / А.А. Курилова // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – №36. – С. 18-26.
7. Результаты продаж новых легковых автомобилей в России и мире в 2013 году [Электронный ресурс] / Прайсво-терхаусКуперс. URL: <http://www.pwc.ru/ru/automotive/publications/index.jhtml>.

Ключевые слова

Автомобилестроение; таргет-костинг; себестоимость; целевая себестоимость; дрейтинг-затраты; затраты плюс.

Курилов Кирилл Юрьевич

Курилова Анастасия Александровна

РЕЦЕНЗИЯ

Российский рынок автотранспортных средств показывает отрицательную динамику, по итогам 2013 г. объем продаж автомобилей сократился на 5,5%, а по итогам 2014 г. – на 7% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. При этом наибольший спад продаж испытали отечественные бренды (-15%). Таким образом, перед отечественными производителями стоит задача повышения конкурентоспособности своей продукции, которая в первую очередь определяется ценой на готовый продукт – автомобиль. Практика деятельности зарубежных компаний показывает, что одним из способов оптимизации цены на автомобиль является система таргет-костинг, позволяющая получить автопроизводителю необходимую цену на продукцию.

Система таргет-костинг (японское название *genka kikaiki*) появилась в Японии в 1970-е гг. В настоящее время она применяется предприятиями различных отраслей промышленности и сферы услуг на этапе проектирования изделия (оказания услуг), планирования его себестоимости и производства.

Сравнение процессов планирования и управления затратами на предприятиях США и Японии указывает на то, что предприятия, получающие информацию от традиционных систем учета затрат, тратят больше времени и денежных средств на процесс создания продукции. Это объясняется тем, что механизмы обратной связи традиционных систем позволяют выявить предполагаемые затраты производства лишь в конце процесса разработки продукции. Если затраты на производство продукции превысят рыночную цену, то исследования начинаются сначала.

Таргет-костинг исходит из того, что изделие (услуга) может быть продано по цене, не превышающей рыночную цену. Следовательно, сначала должна быть определена рыночная цена на данный вид продукции, затем установлен желаемый размер прибыли, и лишь потом рассчитан максимально допустимый размер себестоимости. Другими словами, данный метод предполагает наличие такой себестоимости продукции, которая при цене, жестко заданной рынком, позволит предприятию получить прибыль. При этом разрабатываемые продукты должны соответствовать требованиям рынка по качеству, срокам поставки и цене.

По результатам оценки существующих подходов к формированию системы управления затратами были сформулированы предложения по применению системы таргет-костинг на российских автомобильных предприятиях. Определены возможные проблемы внедрения системы таргет-костинг, а также преимущества и внедрения системы.

Научная новизна. К научной новизне следует отнести предложения по внедрению системы таргет-костинг в деятельность российских автомобильных предприятий.

Полнота раскрытия проблемы. Проблема совершенствования системы управления затратами рассмотрена с оригинальной точки зрения. Заслуживают внимания предложения авторов по внедрению системы таргет-костинг в хозяйственную деятельность российских автомобилестроительных предприятий. Выводы и предложения, изложенные в работе актуальны.

Результаты теоретико-практической апробации. Сформированы предложения по внедрению системы таргет-костинг. Предложен алгоритм оптимизации структуры управления организацией.

Наличие четких выводов. В работе присутствуют четко мотивированные и обоснованные выводы, полученные на основе передовых подходов к формированию системы управления затратами.

Использование теоретико-методологического и информационного базиса исследования. В качестве теоретико-методологического базиса исследования были использованы работы основателя таргет-костинга Т. Хиромото, М. Портера и других авторов.

Качество оформления работы. Работа представляет собой целостное завершённое исследование с четкой логикой и обоснования выводов. Полученные результаты подтверждены обоснованными выводами и не противоречат существующей методологии исследования.

Недостатки, имеющиеся в работе. Автору следовало бы провести практическую апробацию сформированного алгоритма оптимизации структуры управления на примере крупной компании.

Вывод о возможности допуска рукописи к публикации. Рецензируемая статья отвечает требованиям, предъявляемым к научным публикациям, и может быть рекомендована к открытой публикации.

Аюпов А.А., д.э.н., профессор кафедры ценных бумаг, биржевого дела и страхования ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет».

7.4. TARGET COSTING AS A WAY TO IMPROVE EFFICIENCY ACTIVITY OF THE ENTERPRISES OF THE RUSSIAN CAR INDUSTRY

C.U. Kurilov, Ph.D. in Economics, associate professor of Economics, finance and credit;

A.A. Kurilova, D.Sc. in Economics, associate professor of Economics, finance and credit

Togliatti State University

The Russian market of vehicles shows a negative trend, according to the results of 2013 the volume of car sales fell by 5.5%, and up to 2014 by 7% compared to the same period last year. The greatest decline in sales experienced domestic brands (-15%). Thus, before the domestic producers should challenge of improving the competitiveness of their products, which is primarily determined by the price of the finished product a car. Practice activities of foreign companies shows that one way to optimize the price of the car is costing tareg system allows the automaker to receive the necessary price for the products.

Literature

1. Automotive market in Russia: Results of the 1st half of 2014 and prospects [Electronic resource] / PricewaterhouseCoopers. URL: <http://www.pwc.ru/ru/automotive/-publications/index.jhtml>.
2. Drury C. Administrative and production accounting [Text] / K. Drury. – М. : Unity-Dana, 2010. – 1424 с.
3. Ivanov D. Yu. Applied model of the system of material incentives (for example, special mechanical engineering company) [Text] / D. Yu. Ivanov // Problems of management. – 2010. – No. 6. – Pp. 33-37.
4. Kurilov A.A. Budgeting as an element of the financial mechanism of cost management in enterprises automotive [Text] / A.A. Kurilova // Vector of science of Togliatti state. Univ. – 2010. – No. 4. – Pp. 144-148.
5. Kurilov A.A. Formation of financial planning in the automotive industry [Text] / A.A. Kurilova // Vector of science of Togliatti state. Univ. – 2011. – No. 2. – Pp. 224-228.
6. Kurilov A.A. Formation of financial planning in the automotive industry [Text] / A.A. Kurilov // Economic analysis: theory and practice. – 2011. – No. 36. – Pp. 18-26.
7. Results of sales of new cars in Russia and in the world in 2013 [Electronic resource] / PricewaterhouseCoopers. URL: <http://www.pwc.ru/ru/automotive/publications/index.jhtml>.

Keywords

Financial mechanism; financial management mechanism; the mechanism of cost management; the company's value; the structure of the financial mechanism; the elements of the financial mechanism.