

УДК 336

А.А. Максимова

## ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕМ ПРИ АНАЛИЗЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

*Российский новый университет*

*Дан анализ задач, которые могут быть решены в рамках системного анализа на предприятии. Перечислены шаги, которые делают при принятии решений. Определены возможности выбора критериев при управлении процессами ценообразования.*

**Ключевые слова:** управление, предприятие, системный анализ.

Одним из важнейших факторов признания и восприятия товаров со стороны потребителей можно считать цену, которая должна не только показывать и давать компенсацию по затратам на производстве, распределению и потреблению товаров, но и осуществлять влияние на то, как формируется перспективный спрос, основанный на полезности товаров и удовлетворенности ими со стороны потребителей.

Цена представляет собой важную категорию в рыночных отношениях, но при этом она до сих пор считается среди многих предпринимателей, представителей производства и бизнесменов более как определенное искусство, чем наука, связанная с согласованием спроса и предложения, которая обеспечивает соотношение затрат и полученных результатов, прибылей и степени удовлетворенности потребителей от того, как используется товар.

Существует определенная совокупность представителей бизнеса, для которых цена представляет определенную проблему при организации рыночных связей. При этом причиной сложившейся ситуации можно считать отсутствие у руководителей компаний, менеджеров и экономистов общего представления о том, какова технология бизнеса при рыночных условиях, не всегда они знакомы с аналитикой бизнес-процессов, не всегда выделяется роль и значимость цены и того, по каким путям происходит ценообразование в управлении стоимостью компаний. Если говорить о развитых странах, то в них цены выступают в качестве инструментов, пользуясь которыми специалисты в сфере маркетинга и экономисты могут проводить интеграцию по отдельным элементам продвижения товаров в единые, целостные результирующие комплексы в системах организации эффективного бизнеса.

Процессы на современных предприятиях, связанные с взаимодействием экономических и производственных служб являются довольно сложными, в этой связи необходимо применять различные методы [1-11].

На каждом промышленном предприятии при управлении бизнес-процессами можно увидеть противоречия по взаимоотношениям между экономическими и коммерческими службами. Подобные противоречия могут быть классифицированы с точки зрения соотношения «цена-себестоимость». При попытках реализации большего количества товара у работников, относящихся к коммерческой службе возникают задачи на основе разных способов проводить уменьшение цены на товары (используя скидки, бонусы, подарки, различные акции и др.). Указанное противоречие ведет к риску при реализации продукции, когда ее цена ниже чем ее себестоимость.

Можно сказать, что для комплексного производства отмеченный риск будет являться наибольшим вследствие таких основных причин [12-20]:

- Есть недостатки в системах, связанных с расчетом себестоимости по каждому продукту в общем и для системы, связанной, например, с распределением затрат по типам продуктов;
- Существуют недостатки в подходах, связанных с определением числа и мест расположения точек, относящихся к распределению;
- Не всегда производится правильным образом оценка величин значимости точных стоимостей элементов побочной продукции;
- Могут наблюдаться большие объемы неточной, вероятностной информации, которая используется в процессах формирования прогнозных калькуляций.

Противоречия в области «цена-себестоимость» могут обостряться вследствие того, что может быть разная мотивация в персонале в коммерческой службе и экономической службе. Это может быть, например, связано с различными механизмами начисления премий в этих службах.

В такой ситуации происходит стимулирование коммерческой службы по реализации как можно большего количества продукции, это может происходить и вследствие увеличения коммерческих расходов, в экономической службе заинтересованы осуществлять процессы экономии по коммерческим и административным расходам.

Если в организации применяют систему absorption costing, то при этом распределение расходов может быть связано с определенными интересами групп сотрудников. При этом, конечно, не будут формироваться условия по развитию предприятия и тому, чтобы целенаправленным образом достигались поставленные стратегические задачи.

Следует отметить, что комплексные процессы на производстве не всегда являются исключительными [21-29]. На многих предприятиях

нельзя увидеть унифицированную узкую специализацию и существуют другие типы бизнеса, которые обслуживает единая бухгалтерия, юридический отдел и другие административные службы [30-38]. Применение способа absorption costing в таких случаях сталкивается с определенными ограничениями, но при этом не значит, что следует применять только подход direct costing.

Среди основных целей ценообразования следует отметить:

1. Формирование условий, при которых предприятие сможет выжить - устанавливаются низкую цену для того, чтобы был обеспечен спрос на продукцию. Происходит снижение цены до тех пор, пока она осуществляет покрытие издержек.

Такую задачу ставит перед собой предприятие для условий, при которых наблюдается высокая конкуренция или есть низкая покупательская способность потребителей. Например, большинством зарубежных компаний производится на снижение цен по товарам и они получают только 8-10% рентабельности капитала. И этого им хватает для того, чтобы обеспечить выживание. Фирмы стремятся прежде всего выжить, а уже затем получать прибыль.

Низкие цены с целями выживания, во многих случаях рассматриваются как краткосрочная цель. То есть стремятся к выигрышу времени до тех пор, пока производителем не будет сокращение своих издержек в достаточной мере, или условия рыночной ситуации не приведут к тому, что цена увеличится.

2. Получение максимизации по текущей прибыли, увеличение уровня рентабельности. Компания дает установление такой цены на товар, которая ведет к максимуму прибыли. Понятно, что, сформулировав такую задачу, фирмы дают увеличение доходности, развивают свои возможности.

Могут формулироваться задачи, касающиеся роста абсолютной суммы прибыли или увеличения рентабельности компании (или выпускаемых товаров). Для того, чтобы максимизировать текущую прибыль предприятия делают оценку по спросу и издержкам относительно разных уровней цен и делают выбор такой цены, которая ведет к получению максимальной текущей прибыли и максимальному возмещению затрат.

Указанную задачу решают компании, которые владеют большой долей рынка, они считают существующие финансовые показатели как более предпочтительные по сравнению с долговременными.

3. Можно наблюдать характеристики лидерства при завоевании доли рынка (или говорят о максимальном охвате рынка): стремятся к максимальному увеличению сбыта за счет того, что будет как можно более максимальное снижение цен. Предприятия, которые хотят иметь

лидерские позиции по показателям доли рынка, основываются на предположениях, что компания, которой принадлежит заметная доля рынка, будет обладать самыми низкими издержками и самой высокой долговременной прибылью.

4. Существуют характеристики лидерства по показателям качества товаров. Компания, которая имеет репутацию производителя качественной продукции, имеет возможности назначения высокой цены, чтобы сделать покрытие дополнительных существенных издержек, которые касаются дальнейшего повышения качества. Например, в шинной компании «Мишлейн» идет постоянное придание шинам новых свойств, повышается их долговечность и устанавливается при этом высокая цена.

Эффективная система калькулирования может быть связана с разделением всей совокупности затрат на косвенные и прямые, а также относящиеся к условно-постоянным и условно-переменным. Для того, чтобы создать действенную бизнес – модель, необходимо сделать следующие шаги:

- Определить виды бизнеса и, соответственно, центры доходов;
- Определить перечень по прямым расходам и как они закреплены по типам бизнеса;
- Установить точки распределения, в том случае, когда разные типы бизнеса нацелены на применение совместимых продуктов;
- Определить принцип, связанный с распределением условно-постоянных видов расходов относительно типов бизнеса.

В качестве базы по распределению косвенных затрат на первом уровне следует взять удельный вес по прямым затратам в каждом направлении (это касается и комплексного производства). При этом можно достичь наиболее «справедливого» подхода для начального этапа.

Для базы распределения можно рассмотреть величины удельного веса условно-переменных расходов, при этом следует понимать, что мы не достигнем достаточную начальную точность распределения. Важно отметить, что для любой базы распределения, невозможно достичь абсолютной точности, но при этом следует к ней стремиться.

На втором уровне распределения мы можем наблюдать разную степень сложности, это определяется видами производства и количеством точек распределения.

В качестве базы распределения можно рассматривать заработную плату в основном производственном персонале, удельные веса по переменным затратам или маржинальной прибыли. Тогда, когда в базе распределения берут статью расходов или доходов, то в ней следует брать наибольшие удельные веса среди других статей по расходам или доходам для каждого из комплексов.

Осуществление распределения расходов для третьего уровня следует делать для условных коэффициентов. Указанный способ распределения расходов может быть распространен для всех расходов - переменных и постоянных, производственных и непроизводственных.

В четвертом уровне распределения расходов можно предусмотреть осуществление выбора по любой базе, связанной с распределением расходов.

В случае построения системы, которая дает возможности определения эффективности производства по отдельным видам продуктов, затем необходимо решать задачу, в которой не допускают реализацию продукции для будущих периодов по ценам, которые ниже, чем себестоимость.

При формировании политики, нацеленной на ценообразование в рамках производственного предприятия следует стремиться к тому, чтобы не было реализации готовой продукции для цен, которые меньше объемов переменных затрат на единицу соответствующих видов продукции.

Это связано с тем, что для любого производства величина объема по переменным затратам на единицу продукции представляет собой достаточно стабильную величину и нет зависимости от того, какой объем для выпуска и реализации продукции.

Неконтролируемый большой рост для непроизводственных расходов ведет к тому, что на предприятии будет убыток, даже если при этом объемы маржинальной прибыли будут в рамках утвержденных нормативов. В качестве инструмента для принятия решений, когда устанавливаются цены по новым продуктам или при процессах пересмотра цен на продукты необходимо ориентироваться на коллегиальное принятие решений, касающихся согласования цен на продукты.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Преображенский Ю.П., Паневин Р.Ю. Формулировка и классификация задач оптимального управления производственными объектами / Вестник Воронежского государственного технического университета. 2010. Т. 6. № 5. С. 99-102.
2. Самойлова У.А. О некоторых характеристиках управления предприятием / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2014. № 12. С. 176-179.
3. Кравцов Д.О., Преображенский Ю.П. Методика оптимального управления социально-экономической системой на основе механизмов адаптации / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2008. № 3. С. 133-134.

4. Бородин В.А., Цыганов В.В., Савушкин С.А., Еналеев А.К. Задачи и алгоритмы формирования границ управления в организационных системах // Образовательные ресурсы и технологии. 2014. № 4. С. 13-18.
5. Шевченко С.В. О формировании обобщённого критерия доминирования на основе нечёткой логики // Образовательные ресурсы и технологии. 2014. № 2. С. 86-90.
6. Преображенский Ю.П. Оценка эффективности применения системы интеллектуальной поддержки принятия решений / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2009. № 5. С. 116-119.
7. Зяблов Е.Л., Преображенский Ю.П. Построение объектно-семантической модели системы управления / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2008. № 3. С. 029-030.
8. Зазулин А.В., Преображенский Ю.П. Особенности построения семантических моделей предметной области / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2008. № 3. С. 026-028.
9. Москалева С.С. Программная поддержка экспертной оценки критериев для построения когнитивной модели систем // Образовательные ресурсы и технологии. 2014. № 1. С. 97-102.
10. Филипова В.Н. О применении информационных технологий в туристической сфере / Успехи современного естествознания. 2012. № 6. С. 112-113.
11. Завьялов Д.В. О применении информационных технологий / Современные наукоемкие технологии. 2013. № 8-1. С. 71-72.
12. Корольков Р.В. Об управлении финансами в организации / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2013. № 11. С. 144-147.
13. Корольков Р.В. Контроллинг в торговой организации / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2013. № 10. С. 287-290.
14. Филипова В.Н., Преображенский А.П. О моделировании работы туристической компании / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2014. № 13. С. 175-177.
15. Филипова В.Н., Преображенский А.П. О возможности использования математического моделирования для описания процессов управления туристической фирмой / В мире научных открытий. 2014. № 7.3 (55). С. 1310-1318.
16. Choporov O.N., Preobrazhensky A.P. The features of construction of the automated workplace for the manager that accepting the applications / В сборнике: Modern informatization problems in economics and safety Proceedings of the XX-th International Open Science Conference (Yelm, WA, USA, January 2015). Editor in Chief Dr. Sci., Prof. O.Ja. Kravets. Yelm, WA, USA, 2015. С. 71-76.

17. Максимов И.Б. Принципы формирования автоматизированных рабочих мест / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2014. № 12. С. 130-135.
18. Максимов И.Б. Классификация автоматизированных рабочих мест / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2014. № 12. С. 127-129.
19. Исакова М.В., Горбенко О.Н. Об особенностях систем управления персоналом / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2014. № 12. С. 168-171.
20. Черников С.Ю., Болюх Е.В. Анализ возможностей управления процессами на предприятии / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2014. № 13. С. 195-197.
21. Преображенский А.П., Петращук Г.И., Болучевская О.А., Шишкина Ю.М. Некоторые проблемы при управлении предприятием / Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. 2010. № 3-2. С. 168-169.
22. Шишкина Ю.М., Петращук Г.И., Болучевская О.А., Преображенский А.П. Технологии в управлении предприятием / Актуальные вопросы экономических наук. 2010. № 17-2. С. 263-265.
23. Субботин Е.А. Связь и инфокоммуникационные технологии в реализации государственной программы свердловской области до 2020 года // Образовательные ресурсы и технологии. 2014. № 2. С. 133-137.
24. Белый О.В., Еналеев А.К., Цыганов В.В. Оценка показателей сложности управления движением // Образовательные ресурсы и технологии. 2014. № 2. С. 42-45.
25. Янковская Т.А. О задачах структурно-параметрического синтеза при проектировании сложных технических систем // Образовательные ресурсы и технологии. 2014. № 1. С. 170-175.
26. Землянухина Н.С. О применении информационных технологий в менеджменте / Успехи современного естествознания. 2012. № 6. С. 106-107.
27. Гуськова Л.Б. О построении автоматизированного рабочего места менеджера / Успехи современного естествознания. 2012. № 6. С. 106.
28. Попов Е.А., Корнеева Н.Н., Чопоров О.Н., Заряев А.В. Риск-анализ информационно-телекоммуникационных систем при аддитивном характере параметра нерегулярности / Информация и безопасность. 2013. Т. 16. № 4. С. 482-485.
29. Дешина А.Е., Чопоров О.Н., Разинкин К.А. Информационные риски в мультисерверных системах: выбор параметров системы защиты / Информация и безопасность. 2013. Т. 16. № 3. С. 365-370.

30. Федотова С.А. Мировая экономика: основные этапы формирования и современные тенденции развития / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2011. № 8. С. 133-136.
31. Еналеев А.К., Цыганов В.В., Кузнецов Н.И. Разработка полигонов управления в организационных сетевых структурах // Образовательные ресурсы и технологии. 2014. № 4. С. 32-35.
32. Авдеенко Т.В. Проблемы параметрической идентификации в математическом моделировании процессов // Образовательные ресурсы и технологии. 2014. № 1. С. 115-124.
33. Родионова К.Ю. Глобализация мировой экономики: сущность и противоречия / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2012. № 9. С. 185-186.
34. Львович Я.Е., Львович И.Я. Принятие решений в экспертно-виртуальной среде / монография, Издательство: ООО "Издательство "Научная книга" (Воронеж), Воронеж, 2010, 139 с.
35. Шишкина Ю.М., Болучевская О.А. Вопросы государственного управления / Современные исследования социальных проблем. 2011. Т. 6. № 2. С. 241-242.
36. Чопоров О.Н., Чупеев А.Н., Брегеда С.Ю. Методы анализа значимости показателей при классификационном и прогностическом моделировании / Вестник Воронежского государственного технического университета. 2008. Т. 4. № 9. С. 92-94.
37. Чопоров О.Н., Разинкин К.А. Оптимизационная модель выбора начального плана управляющих воздействий для медицинских информационных систем / Системы управления и информационные технологии. 2011. Т. 46. № 4.1. С. 185-187.
38. Гладских Н.А., Голуб В.А., Семенов С.Н., Чопоров О.Н. Применение статистических методов прогнозирования и ГИС-технологий для мониторинга системы регионального здравоохранения / Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Системный анализ и информационные технологии. 2008. № 1. С. 111-116.

A.A. Maximova

**THE PROBLEMS OF MANAGEMENT OF PRICING IN THE  
ANALYSIS OF FUNCTIONING OF MANUFACTURING ENTERPRISE**  
*Russian new university*

*The analysis of tasks which can be solved within the system analysis at the enterprise is given. The steps which can be made at decision-making are listed. The possibilities of a choice of criteria at management of pricing processes are defined.*

**Keywords:** management, business, system analysis.