

УДК 33

Проведение эффективной ценовой политики как фактор роста конкурентоспособности мукомольного предприятия

Мурашов Олег Владимирович

Старший преподаватель,
кафедра экономики и управления,
Московский областной институт управления и права,
141282, Российская Федерация, Ивантеевка, ул. Первомайская, 14;
e-mail: murashov-gpbu.@yande.ru

Аннотация

В статье освещен исторический аспект развития ценообразования. Отмечено, что одним из главных способов повышения способности к конкуренции предприятия является оптимальный механизм установления цены и выявление факторов, имеющих влияние на определение цены продукции. Рассмотрена структура оптово-отпускной цены продукции мукомольного предприятия и даны рекомендации по ее улучшению. Показано состояние цен на муку в федеральных округах страны и на пшеницу продовольственную 3 и 4 классов в отдельных регионах. Рассмотрены два метода ценообразования – затратный, основанный на учете всех затрат и установленной нормы прибыли, и ценностный, основанный на полном и непрерывном учете спроса и предложения продукции. Представлен алгоритм ценообразования на произведенную и реализуемую продукцию в современных условиях. Приведены виды скидок с цены, которые нужно использовать при снижении спроса на продукцию мукомольных предприятий.

Для цитирования в научных исследованиях

Мурашов О.В. Проведение эффективной ценовой политики как фактор роста конкурентоспособности мукомольного предприятия // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2018. Том 8. № 12А. С. 307-314.

Ключевые слова

Ценовая политика, ценообразование, мукомольное предприятие, конкурентоспособность, прибыль.

Введение

Цена выполняет важную роль в экономическом развитии любого предприятия. В частности, ее обоснованность позитивно сказывается на росте конкурентоспособности мукомольного предприятия.

В условиях плановой экономики вопросами ценообразования в стране занимался Государственный комитет цен при Совете Министров СССР. Цены пересматривались в лучшем случае два раза в год (осенью и весной). На товары с низким спросом снижались цены (на ткани капроновые, швейные, галантерейные, белье и верхние трикотажные изделия из капрона и нейлона), а с высоким – повышались (на вино-водочные, табачные, ювелирные изделия, ковры, хрусталь, меха, бензин). Конъюнктура рынка меняется постоянно, и в зависимости от этого должны быть внесены коррективы в цены [Магомедов, Заздравных, Афанасьева, 2011]. Один государственный орган – Госкомитет цен не может проследить конъюнктуру в такой огромной стране, как Российская Федерация. Разумным выходом из такой ситуации был переход в начале 1992 года к рыночной экономике. Однако на начальный период не были учтены особенности нашей страны и состояние ее экономики. С одной стороны, распад Советского Союза привел к существенному росту необоснованной денежной массы, а с другой стороны, мировоззрение наших граждан не было адаптировано к меняющимся ценам. Кроме того, отсутствовали законодательные акты, соответствующие рыночной экономике. Все это в комплексе привело к радикальному ухудшению состояния экономики Российской Федерации и, соответственно, благосостояния населения [Куломзина, Магомедов, Алексейчева, 2016].

После начала перехода страны к рыночным отношениям все предприятия, за исключением оборонной промышленности, получили возможность самостоятельно устанавливать цены [Магомедов, Заздравных, 2007]. Те предприятия, которые проводили ценовую политику грамотно, добились роста конкурентоспособности [Магомедов, Куломзина, Чайкина, 2011].

Основная часть

Оптово-отпускная цена на продукцию предприятия состоит из затрат на производство и реализацию продукции (полной себестоимости продукции), прибыли, налога на добавленную стоимость (НДС) и суммы акцизов [Алексейчева, Куломзина, Магомедов, 2015], если она является подакцизной (продукция мукомольной промышленности не является подакцизной).

Основной составляющей цены продукции мукомольных предприятий является ее себестоимость. Она состоит из заводской себестоимости продукции и внепроизводственных расходов. В производстве продукции прежде всего нужно сырье. Для мукомольных предприятий это зерно. В такой ситуации задача мукомольных предприятий сводится к покупке зерна высокого качества по приемлемой цене. В деле снижения затрат по сырью в процессе переработки необходимо в первую очередь полностью исключить всевозможные потери, а для относительного уменьшения доли сырья в стоимости продукции следует производить ее по реальному спросу и проводить эффективную ценовую политику.

Оплата труда работника занимает важное место в себестоимости продукции мукомольных предприятий. Снижение доли заработной платы, с одной стороны, хорошо, но с другой – это приводит к росту текучести кадров. Поэтому для исключения негативных последствий необходимо оптимизировать численность работников и их заработные платы.

В протекании производственного процесса необходима электрическая энергия. Она используется как в производстве продукции, так и для освещения. Уменьшить затраты электрической энергии можно путем исключения холостого хода технологических машин и оборудования, а также с помощью соблюдения дисциплины освещения.

Использование основных производственных фондов отражается в себестоимости продукции в виде амортизации. Нормы амортизации утверждаются Правительством Российской Федерации, и влиять на них мукомольное предприятие не может. Для снижения доли амортизации в себестоимости продукции мукомольных предприятий необходимо ликвидировать неиспользуемые машины и оборудование, находящиеся на балансе [Саркисов, Магомедов, Алексейчева, 2013].

Особое значение в условиях рыночной экономики имеет сокращение внепроизводственных расходов. При серьезном снижении этих расходов возникнут проблемы с реализацией произведенной продукции. Обязательно необходимо проводить исследование конъюнктуры как на действующих, так и на новых рынках сбыта продукции [Печеная, Александрова, 2000]. Должна быть проведена реклама продукции с указанием ее качества. При этом следует выявить необоснованные затраты по данной статье и, соответственно, в дальнейшем полностью их исключить [Оганесянц, Саркисов, Магомедов, Алексейчева, 2012].

Налог на добавленную стоимость, как было сказано выше, является важным элементом оптово-отпускной цены на продукцию мукомольных предприятий. Его величина не зависит от мукомольного предприятия, с 1 января 2019 года он составит 20%.

Одним из элементов оптово-отпускной цены на продукцию является акциз. Продукция мукомольной промышленности не является подакцизной, и поэтому мы ее не рассматриваем.

Из данных, приведенных в таблице 1, видно, что за две недели цены на муку пшеничную высшего сорта менялись во всех рассматриваемых регионах [Алексейчева, Еделев, Магомедов, 2014]. Это доказывает необходимость непрерывного проведения исследований конъюнктуры продукции мукомольных предприятий [Алексейчева, Магомедов, Оганесянц, Саркисов, 2012].

Таблица 1 - Цены на одну тонну муки пшеничной высшего сорта в отдельных регионах Российской Федерации в рублях ¹

Регионы	02.09.2016	09.09.2016	16.09.2016
Северный Кавказ	16225	16225	16325
Центральный район	16250	15950	16050
Поволжье	16000	16100	16050
Черноземье	16025	16125	16025
Сибирь	16225	16075	15725
Москва и Московская область	17350	17200	17250

Доля прибыли в оптово-отпускной цене продукции мукомольных предприятий зависит как от величины себестоимости продукции, так и от спроса и предложения ее на соответствующем рынке [Донскова, Куломзина, 2001]. В себестоимости продукции мукомольных предприятий, как было сказано выше, самый большой удельный вес занимает сырье – зерно. Цена на зерно зависит от валовых его сборов в стране. При больших валовых сборах зерна в стране

¹ Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>

предложение его на рынке увеличивается и, соответственно, происходит снижение цен [Магомедов, Алексейчева, Куломзина, 2015].

Из данных, приведенных в таблице 2, видно, что на зерно пшеницы продовольственной 3 и 4 классов самые высокие цены в Санкт-Петербурге и Ленинградской области и низкие – в Сибири.

Таблица 2 - Цены на пшеницу продовольственную 3 и 4 классов в отдельных регионах Российской Федерации в рублях²

Регионы	02.09.2016		09.09.2016		16.09.2016	
	Пшеница продовольственная					
	3 класса	4 класса	3 класса	4 класса	3 класса	4 класса
Северный Кавказ	9825	9150	10125	8850	10125	8900
Центральный район	9050	7850	9550	8050	9700	8100
Поволжье	9250	7950	9450	8000	9500	8000
Черноземье	9375	8250	9575	8300	9725	8300
Урал	9150	7800	9100	7800	9250	7875
Сибирь	8950	7850	8450	7700	8600	7900
Москва и Московская область	10550	9150	10550	9200	10600	9250
Санкт-Петербург и Ленинградская область	11700	10200	11600	10200	11750	10250

В теории и на практике известны два метода ценообразования – затратный и ценностный. Затратный метод ценообразования основан на учете всех затрат и установленной нормы прибыли, в результате чего получаем оптовую цену предприятия. При таком подходе затраты можно необоснованно увеличить. В итоге оптовая цена предприятия получится высокой, что негативно повлияет на конкурентоспособность предприятия.

Ценностный метод ценообразования, основанный на полном и непрерывном учете спроса и предложения продукции, показал свою обоснованность [Алексейчева, Магомедов, Куломзина, 2015].

В общем виде алгоритм ценообразования на произведенную и реализуемую продукции представляет собой следующую последовательность действий:

- определение цели ценообразования;
- выявление спроса на продукцию;
- установление затрат на производство и реализацию продукции;
- сравнительный анализ качества своей продукции и цен на нее с конкурентами;
- расчет цены на свою продукцию;
- с учетом возможных корректив установка заключительной цены на продукцию.

Рассмотрим каждое действие ценообразования в отдельности.

1. Определение цели ценообразования. Цели могут быть разными, то есть рассчитанные на короткий и длительный периоды времени. Когда цели рассчитаны на короткий период времени, предприятие ставит перед собой задачу получить максимальную прибыль и, соответственно, устанавливает цену возможно высокую. В тех случаях,

² Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>.

когда предприятие хочет завоевать новый рынок, цена на продукцию, как правило, ниже, чем у конкурентов. В таких случаях потерянная на данный период времени прибыль восполняется в последующем.

2. Выявление спроса на производимую продукцию. Точное установление спроса на продукцию является главной задачей при определении цены. Отсутствие спроса на продукцию приводит к ухудшению финансового состояния предприятия. В таких условиях очень выгодно выявить спрос на продукцию на данный период времени и в перспективе. Проводимая ценовая политика должна соответствовать меняющемуся спросу [Алексейчева, Магомедов, Строев, 2011].
3. Установление затрат на производство и реализацию продукции. На каждом мукомольном предприятии стремятся к уменьшению затрат на производство и реализацию продукции. Низкие затраты, при прочих равных условиях, позволяют, как правило, увеличить прибыль. Вместе с тем необоснованное снижение затрат на производство и реализацию продукции может привести к последующим негативным результатам.
4. Сравнительный анализ качества своей продукции и цен на нее с конкурентами. Покупатели предъявляют высокие требования к качеству продукции мукомольных предприятий. При сравнении качества муки с конкурентами необходимо найти способы его улучшения.
5. Расчет цены на свою продукцию. После анализа себестоимости продукции своего предприятия и выявления реальных резервов их снижения, а также оценки качества продукции и цен конкурентов приступают к их расчету по вышеназванному подходу.
6. Установление заключительной цены на продукцию. Осуществляется дополнительная корректировка элементов цен, после чего принимается окончательное решение по их величинам.

Спрос на мукомольную продукцию меняется под влиянием различных факторов [Магомедов, Алексейчева, 2016]. В тех случаях, когда наблюдается снижение спроса на продукцию, используются скидки с цены.

Наиболее часто применяемыми скидками с цены продукции мукомольных предприятий являются бонусные, специальные, экспортные, за качество муки и отрубей, за ускоренную оплату приобретаемых муки и отрубей покупателем, за значительный объем приобретаемых муки и отрубей, для стимулирования продаж новой продукции, при покупке нескольких видов продукции.

Заключение

Таким образом, одним из главных способов повышения способности к конкуренции предприятия является оптимальный механизм установления цены и определение факторов, имеющих влияние на определение цены продукции. Уровень цены реализации прямым образом решает ценовую способность к конкуренции товара. Систематизация стратегий ценообразования дает возможность с минимальными рисками разработать план функционирования, оценить потребности и возможности всех субъектов процесса ценообразования. Опираясь на выбранную стратегию, разрабатывается тактика ценообразования – комплекс конкретных практических мероприятий, обеспечивающих

осуществление выбранной стратегии по управлению ценами на продукцию исходя из сложившейся на определенный момент рыночной ситуации.

Библиография

1. Алексейчева Е.Ю., Еделев Д.А., Магомедов М.Д. Экономическая география и регионалистика. М.: Дашков и К, 2014. 376 с.
2. Алексейчева Е.Ю., Куломзина Е.Ю., Магомедов М.Д. Основные аспекты налогового контроля в Российской Федерации // Экономика и предпринимательство. 2015. № 12-2(65). С. 1159-1165.
3. Алексейчева Е.Ю., Магомедов М.Д., Куломзина Е.Ю. Проблемы развития франчайзинга в ресторанном бизнесе РФ // Экономика и предпринимательство. 2015. № 10-2(65). С. 1139-1142.
4. Алексейчева Е.Ю., Магомедов М.Д., Оганесянц А.Л., Саркисов Г.И. Современные тенденции развития рынка пива в Российской Федерации // Пиво и напитки. 2012. № 3. С. 10-12.
5. Алексейчева Е.Ю., Магомедов М.Д., Строев В.В. Повышение эффективности развития предприятий пищевой промышленности // Пищевая промышленность. 2011. № 11. С. 40-43.
6. Донскова С.В., Куломзина Е.Ю. Управление прибылью на основе параметрической модели // Пищевая промышленность. 2001. № 9. С. 9.
7. Куломзина Е.Ю., Магомедов М.Д., Алексейчева Е.Ю. Состояние и перспективы развития малого и среднего бизнеса в России // Экономика и предпринимательство. 2016. № 11-2(76). С. 399-408.
8. Магомедов М.Д., Алексейчева Е.Ю. Информационное обеспечение работы предприятия // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Экономика. 2016. № 4(10). С.42-48.
9. Магомедов М.Д., Алексейчева Е.Ю., Куломзина Е.Ю. Повышение экономической эффективности использования зерна на мукомольных предприятиях Российской Федерации // Экономика и предпринимательство. 2015. № 10-2(63). С. 865-868.
10. Магомедов М.Д., Заздравных А.В. Экономика отраслей пищевых производств. М.: Дашков и К, 2007. 282 с.
11. Магомедов М.Д., Заздравных А.В., Афанасьева Г.А. Экономика пищевой промышленности. М.: Дашков и К, 2011. 232 с.
12. Магомедов М.Д., Куломзина Е.Ю., Чайкина И.И. Экономика организации (предприятия). М.: Дашков и К, 2011. 276 с.
13. Оганесянц Л.А., Саркисов Г.И., Магомедов М.Д., Алексейчева Е.Ю. Эффективность развития предприятий пивоваренной отрасли // Пиво и напитки. 2012. № 3. С. 4-8.
14. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>
15. Печеная Л.Т., Александрова М.В. Особенности конъюнктуры рынка комбикормов в современных условиях // Пищевая промышленность. 2000. № 2. С. 38.
16. Саркисов Г.И., Магомедов М.Д., Алексейчева Е.Ю. Инновационное развитие отраслей народного хозяйства // Экономика и предпринимательство. 2013. № 9(38). С. 108-112.

Effective pricing policy as a factor of improving the competitiveness of maquila industry

Oleg V. Murashov

Senior Lecturer,
Department of economics and management,
Moscow Regional Institute of Management and Law,
141282, 14 Pervomaiskaya st., Ivanteevka, Russian Federation;
e-mail: murashov-gpbu.@yande.ru

Abstract

The article highlights the historical aspect of pricing. The author notes that one of the main ways to increase the competitiveness of the enterprise is the optimal mechanism for setting prices and

determining the factors that have an impact on determining the price of products. The article presents the structure of wholesale and selling prices of products of the milling enterprise and recommendations for its improvement. The author shows the state of prices for flour in the federal districts of the country and wheat food in some regions. Two methods of pricing are considered – costly, based on accounting for all costs and the established rate of return, and value based on full and continuous accounting of demand and supply for products. The algorithm of pricing for manufactured and sold products in modern conditions is presented. The author also considers the types of discounts on the prices which should be used while reducing demand for the products of maquila industry. The most frequently used price reduction on products of maquila industry are bonus, special, export, for the quality of flour and bran, for accelerated payment of purchased flour and bran by the buyer, for a significant amount of purchased flour and bran, for stimulating sales of new products, when buying several types of products.

For citation

Murashov O.V. (2018) Provedenie effektivnoi tsenovoi politiki kak faktor rosta konkurentosposobnosti mukomol'nogo predpriyatiya [Effective pricing policy as a factor of improving the competitiveness of maquila industry]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 8 (12A), pp. 307-314.

Keywords

Pricing policy, pricing, maquila industry, competitiveness, profit.

References

1. Alekseicheva E.Yu., Edelev D.A., Magomedov M.D. (2014) *Ekonomicheskaya geografiya i regionalistika* [Economic geography and regional studies]. Moscow: Dashkov i K Publ.
2. Alekseicheva E.Yu., Kulomzina E.Yu., Magomedov M.D. (2015) Osnovnye aspekty nalogovogo kontrolya v Rossiiskoi Federatsii [Key aspects of the tax control in the Russian Federation]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo* [Economy and entrepreneurship], 12-2(65), pp. 1159-1165.
3. Alekseicheva E.Yu., Magomedov M.D., Kulomzina E.Yu. (2015) Problemy razvitiya franchaizinga v restorannom biznese RF [Problems of development of franchising in the restaurant industry of the Russian Federation]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo* [Economy and entrepreneurship], 10-2(65), pp. 1139-1142.
4. Alekseicheva E.Yu., Magomedov M.D., Oganesyants A.L., Sarkisov G.I. (2012) Sovremennye tendentsii razvitiya rynka piva v Rossiiskoi Federatsii [Modern trends in the development of the beer market in the Russian Federation]. *Pivo i napitki* [Beer and drinks], 3, pp. 10-12.
5. Alekseicheva E.Yu., Magomedov M.D., Stroev V.V. (2011) Povyshenie effektivnosti razvitiya predpriyatii pishchevoi promyshlennosti [Increase of efficiency of development of the food industry]. *Pishchevaya promyshlennost'* [Food industry], 11, pp. 40-43.
6. Donskova S.V., Kulomzina E.Yu. (2001) Upravlenie pribyl'yu na osnove parametricheskoi modeli [Profit management based on parametric models]. *Pishchevaya promyshlennost'* [Food industry], 9, pp. 9.
7. Kulomzina E.Yu., Magomedov M.D., Alekseicheva E.Yu. (2016) Sostoyanie i perspektivy razvitiya malogo i srednego biznesa v Rossii [The state and prospects of development of small and medium business in Russia]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo* [Economy and entrepreneurship], 11-2(76), pp. 399-408.
8. Magomedov M.D., Alekseicheva E.Yu. (2016) Informatsionnoe obespechenie raboty predpriyatiya [Information support of work of the enterprise]. *Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya: Ekonomika* [Bulletin of Moscow City Pedagogical University. Series: Economy], 4(10), pp. 42-48.
9. Magomedov M.D., Alekseicheva E.Yu., Kulomzina E.Yu. (2015) Povyshenie ekonomicheskoi effektivnosti ispol'zovaniya zerna na mukomol'nykh predpriyatiyakh Rossiiskoi Federatsii [Increase of economic efficiency of the use of grain in the maquila industry of the Russian Federation]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo* [Economy and entrepreneurship], 10-2(63), pp. 865-868.
10. Magomedov M.D., Kulomzina E.Yu., Chaikina I.I. (2011) *Ekonomika organizatsii (predpriyatiya)* [Economics of organizations (enterprises)]. Moscow: Dashkov i K Publ.

11. Magomedov M.D., Zazdravnykh A.V. (2007) *Ekonomika otraslei pishchevykh proizvodstv* [Economy of the food industry]. Moscow: Dashkov i K Publ.
12. Magomedov M.D., Zazdravnykh A.V., Afanas'eva G.A. (2011) *Ekonomika pishchevoi promyshlennosti* [Economy of the food industry]. Moscow: Dashkov i K Publ.
13. *Ofitsial'nyi sait Federal'noi sluzhby gosudarstvennoi statistiki* [Official website of the Federal State Statistics Service]. Available at: <http://www.gks.ru> [Accessed 12/12/18].
14. Oganesyants L.A., Sarkisov G.I., Magomedov M.D., Alekseicheva E.Yu. (2012) Effektivnost' razvitiya predpriyatii pivovarennoi otrasli [Effectiveness of the development of brewing companies]. *Pivo i napitki* [Beer and drinks], 3, pp. 4-8.
15. Pechenaya L.T., Aleksandrova M.V. (2000) Osobennosti kon'yunktury rynka kombikormov v sovremennykh usloviyakh [Features of market conditions of compound feeds in modern conditions]. *Pishhevaya promyshlennost'* [Food industry], 2, pp. 38.
16. Sarkisov G.I., Magomedov M.D., Alekseicheva E.Yu. (2013) Innovatsionnoe razvitie otraslei narodnogo khozyaistva [Innovative development of branches of national economy]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo* [Economy and entrepreneurship], 9(38), pp. 108-112.