

ценовое ориентирование

*применение механизма
процессно-ориентированного
ценообразования
на промышленном предприятии*

Современное промышленное предприятие представляет собой сложную экономико-социальную систему, включающую комплекс взаимодействующих элементов с большим числом внутренних и внешних материальных и информационных связей, непрерывно развивающуюся в постоянно изменяющихся условиях [1, 2].

Быстрое изменение окружающей среды функционирования предприятий в конкурентной рыночной экономике вынуждает их адаптироваться к новой ситуации, как можно точнее идентифицировать направления развития с целью поддержания конкурентоспособности на рынке. Сложность и неопределенность условий функционирования предприятий, резкий рост интенсивности производства и динамизм хозяйственных операций определяют необходимость внедрения принципиально новых идей и методов управления ценообразованием на основе полномасштабного учета информации относительно объекта управления.

В соответствии с идеей, предложенной в конце прошлого века западными исследователями в области ценообразования [3], сравнение «рычагов прибыли» крупнейших компаний мира выявляет превосходство цены как главного фактора прибыли. Закономерен вывод о том, что цена явля-

Кузнецов Д.Н.
*аспирант,
ст. преподаватель
кафедры
информационных
систем,
Комсомольский-
на-Амуре
государственный
технический
университет*

характер и размер которых в силу значимости учёта затрат для ценообразования в промышленности самым прямым образом отражается на цене. По усмотрению менеджеров, в рамках положения о составе затрат, включаемых в себестоимость часть затрат на выполнение бизнес-процессов может быть отнесена на себестоимость продукции.

Методика отнесения затрат продукцию посредством бизнес-процессов существует и была разработана западными учёными Р. Купером и Р. Капланом [5, 6]. Несмотря на общемировое признание, сама методика и, в частности, её использование в России не лишено недостатков. Так, учёт затрат по видам деятельности слабо формализован и представляет собой набор достаточно общих рекомендаций по распределению косвенных расходов по объектам себестоимости через бизнес-процессы. К недостаткам применения методики можно отнести и отсутствие единого понятийного аппарата, неоднозначность русскоязычных трактовок англоязычных терминов и отсутствие ее единообразного понимания теоретиками и практиками. Тем не менее, данные проблемы ни в коей мере не дискредитируют методику, и при должной доработке, реализации с использованием современных технологий и интеграции в единое корпоративное информационное пространство она может быть успешно использована как в целях управленческого учёта издержек, так и в целях ценообразования.

С другой стороны, сам характер протекания каждого бизнес-процесса способен в меньшей или большей степени оказывать воздействие на цену. В этом заключается одно

***ценовая политика должна
быть не просто набором
общих принципов, правил
и методов ценообразования,
но и формализованным
компонентом
стратегического плана***

из основных преимуществ предлагаемого подхода – возможность отследить вклад каждого бизнес-процесса в итоговый результат. Немаловажным в этой связи является то, что ценовая политика, будучи формируемой и осуществляемой в соответствии со стратегическим планом, должна быть направлена на достижение целей предприятия. Именно поэтому важно установить взаимосвязь между элементами ценовой политики и бизнес-процессами.

На основе вышеизложенного можно сделать вывод о том, что влияние бизнес-процессов на формирование цен является очевидным, и формализация этого влияния в целях управления ценообразованием приобретает важную роль. В рамках такой формализации могут быть выделены ключевые показатели, влияющие на уровень цен. Анализ их изменения во времени позволит выявить функциональные зависимости между характером выполнения бизнес-процессов и ценами, устанавливаемыми на продукцию. Это также позволит формировать оптимальные с точки зрения состояния внутренних бизнес-процессов и внешней среды предприятия цены.

Второе и третье условия предлагаемого подхода касаются необходимости всестороннего комплексного учёта значимых факторов ценообразования, выражаемых как количественными, так и неколичественными показателями.

Поскольку факторы ценообразования неоднородны, то в целях исследования автором была проведена их классификация по следующим признакам:

- отношение к предприятию;
- возможность количественного измерения;
- региональная обусловленность;

***ценообразование на основе
процессного подхода
в качестве одного из
важнейших факторов
рассматривает бизнес-
процессы***

– степень управляемости;

– частота изменения.

По некоторым из ценообразующих факторов для оценки их влияния может быть собрана и проанализирована статистическая информация за определённый период времени. Если

же на ее основе прямое сравнение затруднительно или невозможно, целесообразно применение экономико-математических методов, в т.ч. динамического моделирования, а также различных экспертных способов оценки.

На первом этапе моделирования был проведён отбор наиболее значимых факторов путем их ранжирования методом медиан рангов с предварительным сбором мнений экспертов по данному вопросу. Всего в опросе приняло участие 26 экспертов, среди которых специалисты в области маркетинга, ценообразования и управления промышленных предприятий, преподаватели экономических дисциплин высшей школы. В результате было отобрано шесть наиболее значимых, по мнению экспертной группы, факторов ценообразования для последующего их включения в динамическую модель:

– спрос;

– издержки;

– конкуренция;

– цели и стратегия;

– специфика производства;

– государственное регулирование.

На основе вышеизложенных принципов процессно-ориентированного ценообразования с учётом отобранных факторов была построена экономико-математическая модель формирования цены, апробация которой на реальной системе показала высокую точность и достоверность отображения реального процесса цено-

характер протекания

каждого бизнес-процесса

способен в меньшей

или большей степени

оказывать воздействие на цены

образования на всём протяжении ретроспективного периода. Применение модели позволило также проверить допустимые альтернативы, отображающие изменение ключевых показателей бизнес-процессов и внешней среды и их влияние на цену, устанавливаемую предприятием.

Литература

1. Несмачных О.В. Управление предприятием на основе системы сбалансированных показателей эффективности // Научно-технические ведомости СПбГПУ. – 2006. – №6-2 (48). – С. 203-206.
2. Трифонов Ю.В., Павленков М.Н. Методологические основы контроллинга // Научно-технические ведомости СПбГПУ. – 2006. – № 6-2(48). – С. 164-168.
3. Marn M., Rosiello R. Managing price, gaining profit // Harvard Business Review. – September-October 1992. – pp. 84-94.
4. Долан Р. Дж., Саймон Г. Эффективное ценообразование. – М.: Экзамен, 2005. – 416 с.
5. Cooper R., Kaplan R.S. Profit priorities from activity based costing // Harvard Business Review. – May-June 1991. – p. 130.
6. Kaplan R.S. In defense of activity-based cost management // Management Accounting. – November 1992. – p. 58.

pn

D.N. Kuznetsov,

*postgraduate student, senior lecturer, Information Systems Department,
Komsomolsk-on-Amur State Technical University*

The use of process-oriented pricing mechanism for manufacturing

T*he paper proposes a pricing mechanism and toolset for manufacturers. It offers methodologies, step-by-step guidelines for constructing a costing and pricing model for the products manufactured.*