

Доронина Е.Д.,

Студент бакалавриата 3 курс, факультет

«Инженерный бизнес и менеджмент» МГТУ им. Н.Э. Баумана

Россия, г. Москва

Третьякова В.А., кандидат технических наук, доцент

доцент кафедры «Промышленная логистика» МГТУ им. Н.Э. Баумана

Россия, г. Москва

НОРМИРОВАНИЕ ТРУДА В ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

***Аннотация:** В данной статье рассмотрена взаимосвязь ценообразования и нормирования труда, что позволяет взглянуть в механизм регулирования издержек предприятия. Рассматриваются данные о видах цен и методах ценообразования. Приведены классификации цен и методов ценообразования. В ходе анализа данных сделаны выводы о том, что нормирование труда является одним из инструментов снижения издержек и тесно связано с ценообразованием предприятия.*

***Ключевые слова:** цена, ценообразование, методы ценообразования, классификация, издержки предприятия, нормирование труда.*

***Annotation:** This article examined the relationship of pricing and rationing of work that allows insight into the mechanism of regulation of costs of the enterprise. Data on types of the prices and methods of pricing are considered. Classifications of the prices and methods of pricing are given. During the analysis of data conclusions are drawn that rationing of work is one of instruments of decrease in costs and it is closely connected with pricing of the enterprise.*

***Key words:** price, pricing, pricing methods, classification, costs of the enterprise, work rationing.*

Учитывая современное положение России на мировом рынке и тенденции развития международных отношений, можно говорить о том, что для повышения

конкурентных позиций необходимо вести активное развитие промышленности, как одного из приоритетных направлений развития экономики страны. Под промышленным предприятием будем понимать комплекс средств производства для осуществления технологического процесса изготовления конкретной продукции. Возникает закономерный вопрос, каким же образом добиться развития производственных предприятий и расширения присутствия на мировых рынках.

Очевидно, для того чтобы производственные предприятия могли выходить на новые рынки и расширять долю на уже освоенных рынках, им необходимо повышать конкурентоспособность выпускаемой продукции. Конкурентоспособность товаров зависит от соответствия заявленным показателям качества, то есть показателям надежности, технологичности, безопасности, а также экономическим, эргономическим, экологическим и другим видам показателей качества. В связи с тем, что установление вышеперечисленных показателей и улучшение технического уровня изделий частные вопросы каждого отдельно взятого производства и для них нельзя предложить единый алгоритм улучшения, будем рассматривать экономические параметры продукции производственных предприятий. Под экономическими параметрами подразумевается цена продажи и цена эксплуатации. Прежде всего стоит обратить внимание на цену продажи, так как каждое производственное предприятие стремится к оптимизации именно этой величины для достижения поставленных целей.

Цена – многофункциональное экономическое явление, ведущая рыночная категория. Цена обычно определяется как количество денег, за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуги, эквивалент обмена товара на деньги. Данное определение предполагает наличие цены продавца (цена предложения) – это количество денег, которое он хочет получить от продажи продукта, и цены покупателя (цена спроса) – количество денег, которое покупатель способен и согласен уплатить за продукт. [1]

В настоящее время существуют различные классификации цен, зависящие от особенностей организации купли-продажи. [2, 3] Для различия цен применяют специальные термины, которые позволяют различать цены и ценовые показатели. Классифицируют цены по экономическим признакам, видам и подвидам. Остановимся на основных из них. Ниже представлена классификация цен в зависимости от разных факторов дифференциации (см. рис. 1).

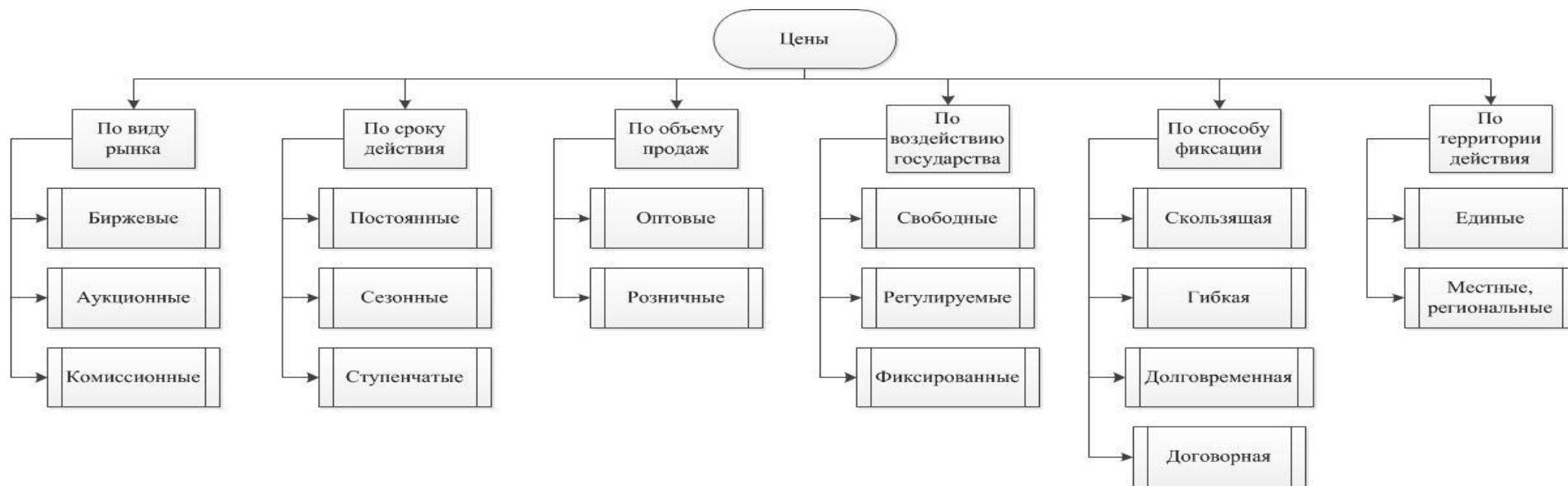


Рисунок 1. Классификация цен

Одним из наиболее значимых факторов является воздействие государства, ведь от этого зависит насколько свободно предприятие может устанавливать цены и выстраивать свою ценовую политику.

Для успешного развития предприятия крайне важна ценовая политика, под которой понимается деятельность в области управления ценами на выпускаемую продукцию и оказываемые услуги в целях обеспечения сбыта и максимизации прибыли. Эта деятельность неразрывно связана с анализом факторов, влияющих на цену и процессом установления цен, основанным на том или ином методе ценообразования.

Ценообразование – это процесс образования и формирования цены на товар (услугу), характеризуемый методами и способами установления цен в целом, относящимися ко всем товарам. [4] Как экономический инструмент ценообразование непосредственно влияет на характер извлечения дохода (прибыли) по результатам рыночной активности предпринимателей. Существенным вопросом является выбор концепции ценообразования. Для реализации эффективной ценовой политики предприятия необходимо иметь представление о ценовой системе, под которой понимается единая упорядоченная совокупность различных видов цен и их групп, обслуживающих и регулирующих экономические отношения между различными участниками национального и мирового рынка.

В экономической литературе описано достаточно большое количество методов ценообразования, применяющихся как зарубежными, так и российскими предприятиями на практике. [1-3] Но достаточно сложно представить всю совокупность методов ценообразования, классифицированных по определенным признакам. Проведем анализ основных методов ценообразования и выделим их особенности.

Все методы ценообразования могут быть разделены на три основные группы, в зависимости от того, на что в большей степени ориентируется производитель или продавец при выборе того или иного метода. При ориентации на издержки производства предприятие выбирает затратный метод ценообразования. Если большую роль играет рыночная конъюнктура, то используют рыночные методы. В свою очередь группа рыночных методов ценообразования может быть разделена еще на две подгруппы в зависимости от отношения потребителя к товару (методы с ориентацией на потребителя); конкурентной ситуации на рынке (методы с ориентацией на конкурентов). Когда ориентируются на нормативы затрат и на технико-экономический параметр продукции – параметрические методы. Более подробно классификация методов ценообразования представлена на рисунке 2. [5]

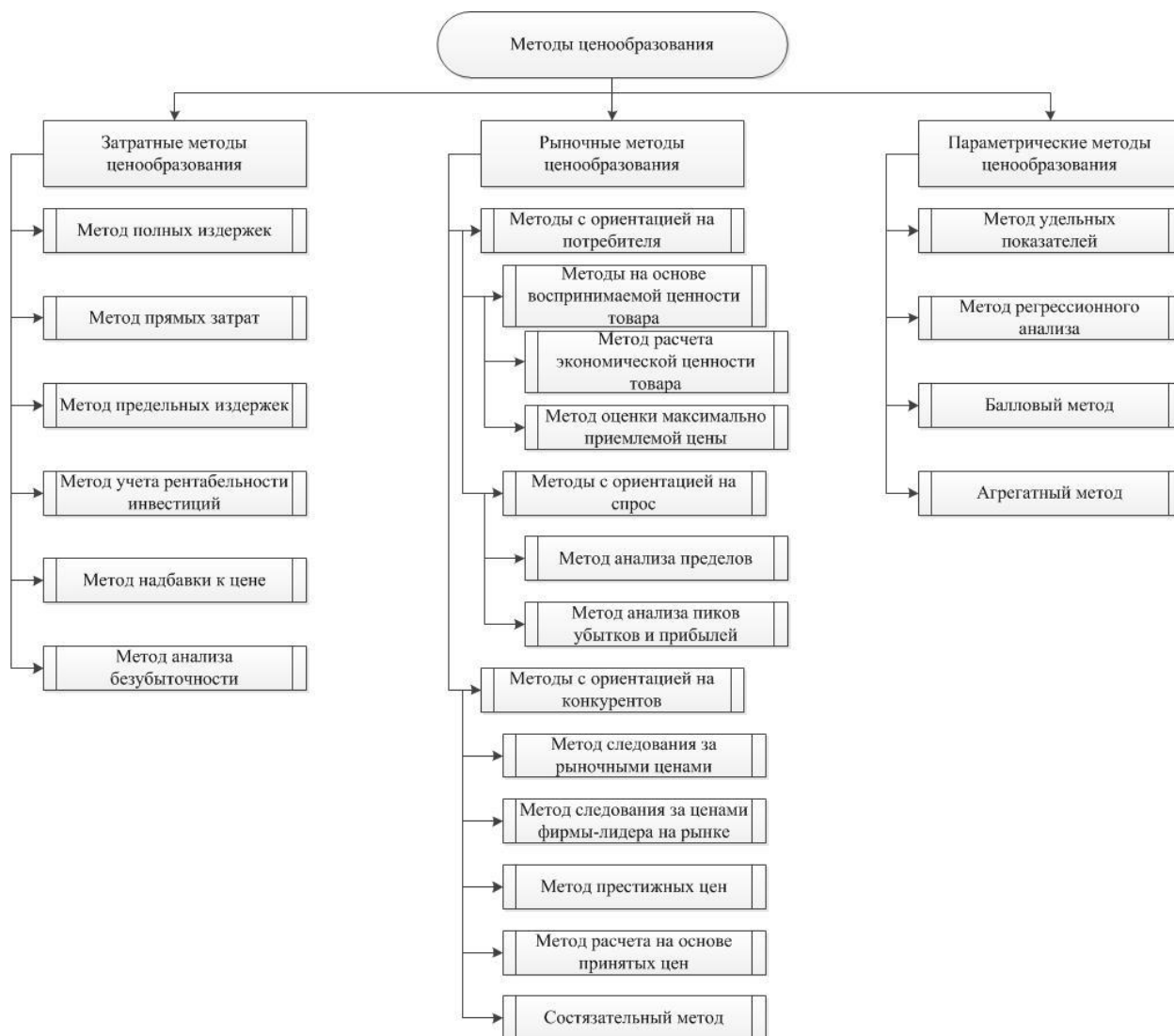


Рисунок 2. Классификация методов ценообразования

Снижение издержек производства и достижение при этом лучших финансовых результатов – одна из ключевых целей предприятия. Для этого целесообразно использовать затратные методы ценообразования, позволяющие варьировать цену в зависимости от издержек предприятия. Рассмотрим эти методы более подробно. Затратные методы ценообразования предполагают расчет цены продажи продукции путем прибавления к издержкам производства некой определенной величины. В следствие того, что издержки занимают основное место при установлении цены в затратных методах, увеличение прибыли возможно за счет снижения затрат.

Выделяют следующие способы оптимизации производственных издержек:

- Экономный расход и учет всех видов ресурсов, задействованных в производственном процессе. Для этого необходимо работать над снижением

трудоемкости изготавливаемого товара, увеличением производительности труда и оптимизацией количества административного и обслуживающего персонала.

- Увеличение эффективности работы персонала. Повысить производительность труда можно с помощью обновления имеющегося оборудования и модернизации производственных процессов. Однако перед технологическим обновлением оборудования следует тщательно обучить и подготовить персонал, иначе результат от работы на таком новом оборудовании будет низким и средства, затраченные на модернизацию, могут не окупиться.

- Применение ресурсосберегающих технологий. Ведь ресурсы, в виде сырья, материальных средств и оборудования, берут на себя значительную долю затрат при изготовлении продукции.

- Использование комплексной системы контроля за качеством сырья, материалов и прочих комплектующих, поставляемых поставщиками, выпускаемого товара, а также работа над повышением требований к показателям качества.

- Работа над сокращением амортизационных расходов, которые можно достигнуть при помощи оптимизации работы производственных фондов и их полной загрузки.

- Расчет и удержание оптимальных объемов партии закупок необходимого сырья и нужных материалов и комплектующих. Ведь если материалов будет мало, то предстоят дополнительные закупки, что приведет к временным потерям на изготовление заказа и, наоборот, излишки сырья приводят к росту затрат на их складское хранение.

Описанные выше способы сводятся к нормированию труда на предприятии, которое может являться инструментом снижения издержек [6, 7]. Нормирование труда – это вид деятельности по управлению производством, направленный на установление необходимых затрат и результатов труда, а также необходимых соотношений между численностью работников различных групп и количеством единиц оборудования. [8]

Таким образом, нормирование труда оказывает большое влияние на ценообразование на предприятии, при использовании затратных методов ценообразования, и служит инструментом, позволяющим оптимизировать производственные издержки. Безусловно разработка и внедрение системы нормирования труда на предприятии достаточно затратный процесс, но в результате ее использования предприятие может значительно снизить различные виды издержек, а значит в последствии иметь конкурентное преимущество по сравнению с другими участниками рынка.

ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ

1. Оганесян А.А. Цены и ценообразование (конспект лекций). – М.: «ПРИОР», 2001. – 128 с.
2. Кушнир И.В. Ценообразование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://be5.biz/ekonomika/c002/02.html> (Дата обращения: 28.11.2018)
3. Салимжанов И.К., Португалова О.В., Рощина Т.П. и др. Ценообразование: учеб. пособие/ ВЗФЭИ – М.: Финстатинформ, 1995. – 128 с.
4. Попова Г.В. Маркетинг: Учебное пособие. 2-е изд. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2011. – 192 с.: ил.
5. Крючкова О.Н., Попов Е.В. Классификация методов ценообразования // Маркетинг в России и за рубежом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mavriz.ru/articles/2002/4/48.html> (Дата обращения: 15.12.2018)
6. Третьякова В.А. Организация работы по нормированию труда на предприятии // Машиностроитель. – 2016. – № 9. – С. 2-7.
7. Третьякова В.А., Мамедова В.А., Полищук М.И. Нормирование, как инструмент оптимизации производства // Нормирование и оплата труда в промышленности. – 2016. – № 7. – С. 32-40.
8. Андросова Л.А. Экономика труда: Учебное пособие. – Пенза: Пенз. гос. ун-т, 2005. – 160 с.