

Оценка ценовой политики ООО «Ново-Трейд»

Гегельская Дарья Владимировна

Приамурский государственный университет им. Шолом-Алейхема

Студент

Аннотация

В данной статье проводится оценка ценовой политики организации, выявлено, что цена, как денежное выражение стоимости, ценности товара для потребителя, выступает обобщающим качественным показателем деятельности предприятия и находится в тесной зависимости со всеми составляющими маркетинга и деятельности фирмы в целом. Цель исследования – дать оценку ценообразования ООО «НОВО-ТРЕЙД».

Ключевые слова: оценка, ценовая политика, ценообразование, эффективность, показатели деятельности предприятия.

Assessment of the pricing policy of Novo-Trade LCC

Gegelskaya Daria Vladimirovna

Sholom-Aleichem Priamursky State University

Student

Abstract

This article evaluates the pricing policy of the organization, it is revealed that the price, as a monetary expression of the value, the value of the product for the consumer, acts as a generalizing qualitative indicator of the enterprise's activity and is closely related to all components of marketing and the activities of the company as a whole. The purpose of the study is to assess the pricing of NOVO-TRADE LLC.

Keywords: assessment, pricing policy, pricing, efficiency, performance indicators of the enterprise

Актуальность исследования. Суть целенаправленной ценовой политики и ценовой стратегии заключается в том, чтобы устанавливать на товары такие цены, так варьировать ими в зависимости от ситуации на рынке, чтобы овладеть его максимально возможной долей, добиться запланированного объема прибыли и успешно решать все стратегические и тактические задачи.

Обзор исследования. Ценовая политика организации рассматривалась в трудах следующих авторов: А.С. Баздникин [2], А.Ю. Зими́на [3], Т.А. Иванова [4] и других.

Цель исследования – дать оценку ценообразования ООО «НОВО-ТРЕЙД».

В рамках затратного ценообразования, которое применяется в ООО «НОВО-ТРЕЙД», в основу формирования цены ложатся издержки производства и обращения.

Основой затратного ценообразования в ООО «НОВО-ТРЕЙД» является формирование цены как суммы трех элементов: переменных затрат на производство единицы товара; средних накладных затрат; удельной прибыли.

Процесс разработки ценовой стратегии ООО «НОВО-ТРЕЙД» состоит из трех этапов: сбора информации (I); стратегического анализа (II); формирования стратегии (III). Получив ответы на все вышеупомянутые вопросы, специалист по ценообразованию ООО «НОВО-ТРЕЙД» переходит к подготовке для руководства организации проекта документа, описывающего предпочтительную ценовую стратегию. При этом, конечно, используется опыт реализации таких стратегий, имеющийся у других организаций и описанный в литературе или наблюдаемый в собственной практике.

На рисунке 1 представлен процесс разработки ценовой стратегии в ООО «НОВО-ТРЕЙД».

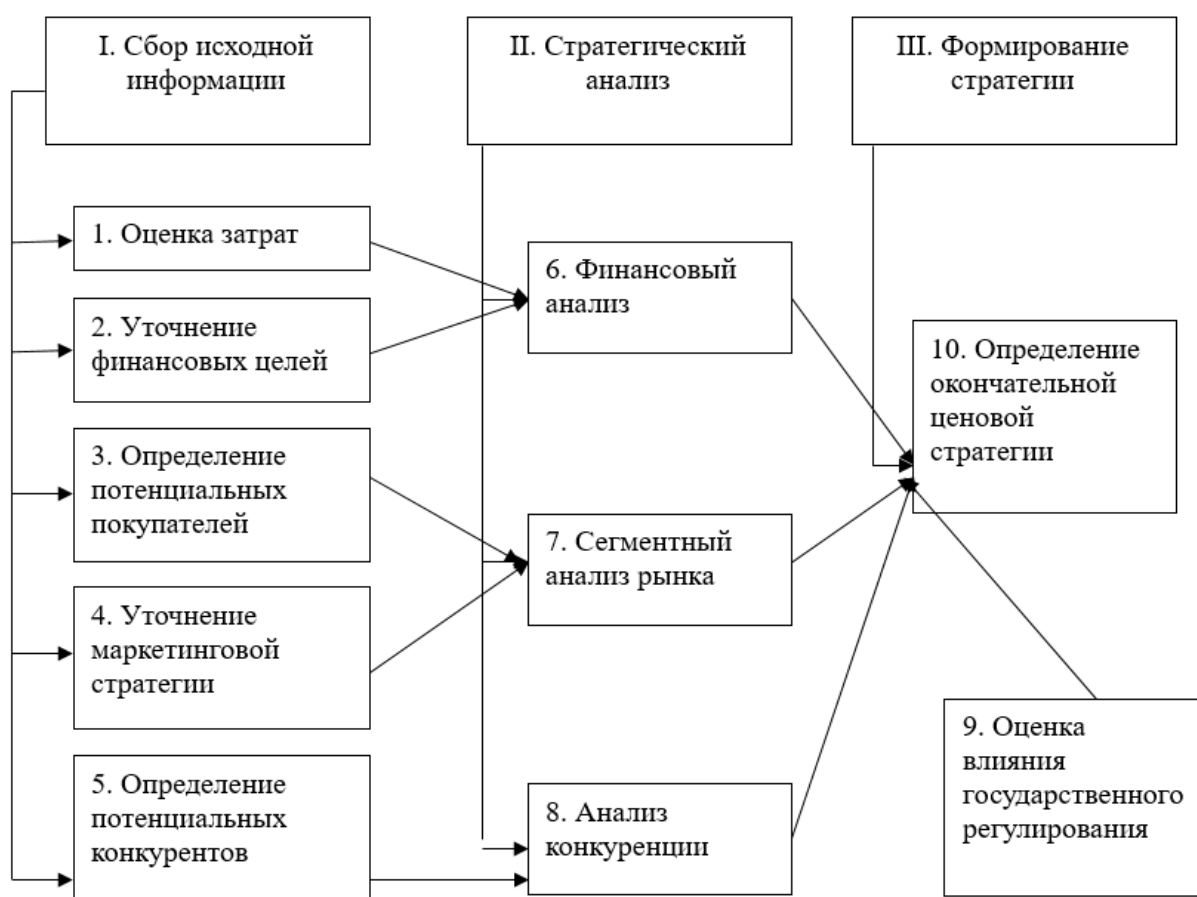


Рисунок 1 – Процесс разработки ценовой стратегии ООО «НОВО-ТРЕЙД»

На основе изучения формирования ценовой политики ООО «НОВО-ТРЕЙД», можно дать следующую оценку ценовой политики ООО «НОВО-

ТРЕЙД»: целью ценовой политики организации является обеспечение выживаемости на рынке; максимизация прибыли, обеспечение рентабельности; обеспечение сбыта; расширение доли рынка.

Для достижения цели разработки ценовой политики ООО «НОВО-ТРЕЙД» решает следующие задачи:

- какими ценовыми мерами можно усилить эффективность сбыта;
 - какой метод ценообразования эффективнее использовать;
 - как учесть в ценовой политике имеющиеся внутренние ограничения.
- Сезонный спрос.

Спрос на зерно подвержен колебаниям. В некоторые месяцы спрос на зерно снижается. Анализ выручки в ООО «НОВО-ТРЕЙД» с разбивкой по месяцам и видам продукции и услуг представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели выручки от реализации ООО «НОВО-ТРЕЙД» за 2021 год

Месяц	Грузоперевозки и логистика		Хранение с/х продукции		Закупка и доставка с/х продукции	
	тыс. руб.	темп роста к январю, %	тыс. руб.	темп роста к январю, %	тыс. руб.	темп роста к январю, %
январь	140118	-	92514	-	180322	-
февраль	135420	95,6	88640	95,8	150640	83,5
март	142165	101,5	96686	104,5	196870	109,2
апрель	152514	108,8	190006	205,4	256850	142,4
май	145222	103,6	100512	108,6	205340	113,9
июнь	262755	187,5	185140	200,1	299120	165,9
июль	158220	112,9	264840	286,3	260320	144,4
август	364850	260,4	150874	163,1	301014	166,9
сентябрь	428037	305,5	270520	292,4	420600	233,2
октябрь	370286	264,3	112640	131,8	444874	246,7
ноябрь	161582	115,3	160320	173,3	294516	163,3
декабрь	150680	107,5	180512	195,1	211844	117,5
Итого	2611849	-	1893204	-	3222310	-
Всего	7727363					

Как видно из таблицы 1, по грузоперевозкам и логистике наибольший оборот отмечен с августа по октябрь. Наименьший объем работ зафиксирован в январе, феврале, марте, апреле и мае. Объясняется это сезонностью выполнения грузоперевозок. В зимние месяцы объемы грузоперевозок меньше. Вместе с тем в летние месяцы объемы грузоперевозок увеличиваются, так как происходит сбор урожая и сельскохозяйственная продукция транспортируется к конечному потребителю.

По работе и услугам, осуществляемым ООО «НОВО-ТРЕЙД» в области хранения сельскохозяйственной продукции, самый большой объем работ осуществлен в июне, июле и сентябре. Такому скачку объема услуг также есть логическое объяснение: после сбора урожая организации –

сельхозтоваропроизводители заключают договоры на хранение и переработку продукции. В Краснодарском крае урожай собирается несколько в год.

Выручка по доставке сельскохозяйственной продукции наибольшего объема достигла в сентябре и октябре – в этот период происходит окончательный сбор урожая.

Анализ цен и качество услуг конкурентов.

Общие черты, характерные для многих организаций, занимающихся оптовой торговлей зерном – номенклатура продукции.

Одно из главных различий между конкурентами – качество предоставляемых услуг и наличие системы скидок.

На рынке Краснодарского края, где ООО «НОВО-ТРЕЙД» реализует свою продукцию, уже работают следующие конкуренты:

- ООО «Рис и Маис» - выручка около 6 млрд. руб. в год;
- ООО «КРАТЭС» - выручка около 8 млрд. руб. в год;
- ООО «ЭЛАРИНИ» - выручка около 13 млрд. руб. в год;
- АО «Знамя Октября» - выручка около 11 млрд. руб. в год;
- ООО «СХП им. Ленина» - выручка около 8 млрд. руб. в год;
- ООО «Ю.О.Т.» - выручка около 6 млрд. руб. в год.
- прочие более мелкие организации оборотом около 3 млрд. руб. в год.

В плане цен у ООО «НОВО-ТРЕЙД» также не будет серьезных конкурентов, так как средняя отпускная цена 1 т. зерна условной продукции ООО «НОВО-ТРЕЙД» - от 15 тыс. руб. за 1 тонну, а минимальная отпускная цена ближайшего конкурента – 15,5 тыс. руб. и более за 1 тонну.

Сравним цены ООО «НОВО-ТРЕЙД» и конкурентов в таблице 2.

Таблица 2 – Цены на продукцию и услуги ООО «НОВО-ТРЕЙД» и конкурентов

Наименование продукции, услуг	ООО «НОВО-ТРЕЙД»	ООО «Рис и Маис»	ООО «КРАТЭС»	ООО «ЭЛАРИНИ»
Цена 1 т зерна, руб.	15 000	-	15 500	16 000
Грузоперевозки со страхованием груза	+	-	-	+
Хранение груза	+	+	-	+
Рассрочка платежа	+	-	+	+

В плане гибкости реагирования на покупательские потребности, на конкретное желание заказчика, ООО «НОВО-ТРЕЙД» также имеет неоспоримые преимущества. Наличие собственных складов хранения и широкого спектра дополнительных услуг позволяют быстро откликаться на

любые требования рынка. Ассортимент товаров и услуг ООО «НОВО-ТРЕЙД» и его конкурентов представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Ассортимент товаров и услуг ООО «НОВО-ТРЕЙД» и его конкурентов

Наименование продукции, услуг	ООО «НОВО-ТРЕЙД»	ООО «Рис и Маис»	ООО «КРАТЭС»	ООО «ЭЛАРИНИ»
Зерно 1, 2, 3, 4 категории	+	-	+	+
Переработка зерна	+	-	+	-
Лабораторные исследования	+	-	-	-

Можно сделать вывод о том, что конкуренция на рынке Краснодарского края между оптовыми продавцами сельскохозяйственной продукции высокая, но предприятие ООО «НОВО-ТРЕЙД» имеет все шансы занять планируемую долю рынка за счет широкого ассортимента продукции и услуг и ее высокого качества.

Кроме того, никто из конкурентов не использует принцип единства поставок. Преобладает стремление приобрести продукцию у разных фирм по более низким ценам. Это, во-первых, сильно отражается на транспортных издержках. Во-вторых, что самое главное, отсутствие единого поставщика не позволяет достигнуть единой технологии и создает вероятность несоответствия технических и иных параметров хранения и переработки зерна от разных поставщиков, что существенно ухудшает качество продукции.

Отличительной особенностью ООО «НОВО-ТРЕЙД» является именно единство поставок. Закупаемая сельскохозяйственная продукция отвечает строго определенным стандартам, гарантирующим исключительное качество.

Поэтому закупка у одного и того же товаропроизводителя является идеальным сочетанием с точки зрения гарантии качества.

ООО «НОВО-ТРЕЙД» - единственное предприятие, которое выполняет лабораторные исследования, как неотъемлемую часть технологического процесса. Остальные фирмы привлекают сторонние организации для проведения необходимых исследований, что в итоге сказывается на издержках производства в сторону увеличения.

Таким образом, что касается качества готовой продукции и услуг, то ООО «НОВО-ТРЕЙД» будет являться несомненным лидером.

Выбор метода ценообразования и установление окончательной цены.

Метод установления цен «средние издержки плюс прибыль».

В основе данного метода лежат сведения об издержках. Путем прибавления к полной себестоимости изделия прибыли и налогов определяется отпускная цена продукции или услуги. Процесс формирования цены в ООО «НОВО-ТРЕЙД» представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Показатели для формирования цен на 1 т зерна в ООО «НОВО-ТРЕЙД»

Показатель	Сумма, руб.	Уд. вес, %
Материальные затраты	11 550	77,0
Заработная плата со страховыми взносами	1 280	8,5
Накладные расходы	970	6,5
Итого	13 800	92,0
Рентабельность, 8%	1 200	8,0
Всего	15 000	100,0

Как видно из таблицы наибольший удельный вес в цене приходится на себестоимость продукции. Её удельный вес в конечной цене товара составляет 92,0%.

Разработка системы модификации на рынке.

При реализации продукции существует политика скидок на объем продаж. При увеличении объема продаж происходит снижение стоимости товара. Такое поведение весьма оправдано, так как позволяет не только покрывать понесенные издержки, но и ускорять оборачиваемость вложенных средств.

Недостатками ценовой политики ООО «НОВО-ТРЕЙД» является то, что оно не уделяет внимания на: конъюнктуру рынка; конкурентов; положение предприятия на рынке.

Таким образом наибольший удельный вес в себестоимости продукции занимают материальные затраты, следующим по объему затрат в себестоимости продукции является заработная плата. Накладные расходы также имеют существенный вес.

Ценовая политика ООО «НОВО-ТРЕЙД» строится на основании затратного метода. Основную стоимость реализуемой предприятием продукции и оказываемых услуг формирует себестоимость. Ее удельный вес в себестоимости 1 т зерна (основной вид реализуемой продукции) составляет 92%.

В ООО «НОВО-ТРЕЙД» применяется метод «средние издержки + прибыль».

Для поощрения и привлечения покупателей и заказчиков в ООО «НОВО-ТРЕЙД» действуют различные системы скидок, позволяющие предприятию не только своевременно реализовывать имеющуюся продукцию, но и стимулировать покупателя.

Библиографический список

1. Аль-Каваз Васл Д.А. Ценовая политика организации в условиях рынка // Статистические методы исследования социально-экономических и экологических систем региона: Материалы IV Международной научно-практической конференции., 2021. С. 96-102.

2. Баздникин А.С. Цены и ценообразование. М.: Юрайт, 2017. 332 с.
3. Зими́на А.Ю. Методы ценообразования и ценовая политика организации // Инновационное развитие экономики: российский и зарубежный опыт: сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции. 2017. С. 75-78.
4. Иванова Т.А. Ценовая политика организации // Проблемы экономики и управления инновационным развитием России и ее регионов: стратегии, модели, информационно-аналитическое обеспечение. 2019. С. 175-179.