

ОСОБЕННОСТИ РАСЧЕТА ЦЕНЫ ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО ИЗДЕЛИЯ

Кошелева А.И., Аникьева М.А.

научный руководитель Аникьева М.А.

Сибирский федеральный университет

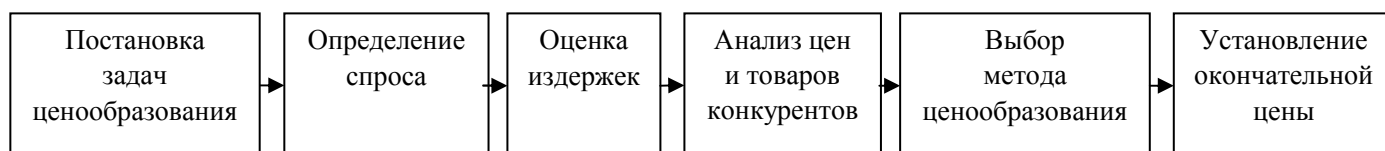
Современный рынок полиграфических услуг характеризуется такими факторами, как высокая динамика спроса на продукцию, постоянный рост количества конкурирующих предприятий, рост их оснащённости полиграфическим оборудованием. В таких условиях, эффективность процесса обработки заказов зависит от быстроты и точности составления спецификации изделия. По времени наиболее сложной и объёмной составляющей процесса обработки заказов в полиграфии является технологическая подготовка производства ввиду специфических особенностей полиграфического производственного процесса.

Первая особенность – высокая вариабельность заказов широкий спектр используемого оборудования. Один и тот же вид изделия в таком случае можно производить с разным набором опций и технологий. Технологические процессы изготовления одного и того же вида изделия могут радикально отличаться.

Вторая особенность – в полиграфии продукция сначала продается, и только потом проектируется и производится. Это затрудняет оценку нормативной себестоимости и сроков изготовления продукции на этапе продажи.

Тема ценообразования актуальна для полиграфии, так как она напрямую касается практически всех фирм, которые производят и продают свою продукцию. Цель коммерческой организации – прежде всего, приносить прибыль.

Для расчета стоимости необходимо пройти ряд этапов, представленных на рисунке.



Данная цепочка представляет собой методику расчета цен, для начала фирме необходимо решить, каких именно целей она хочет достичь на данном рынке с данным товаром, поскольку стратегия ценообразования определяется предварительно принятыми решениями относительно позиционирования на рынке.

Для максимизирования прибыли выбирают такую цену, которая обеспечит максимальную прибыль и максимальное возмещение затрат. Это достигается оценкой спроса и издержек применительно к разным уровням цен.

Для установления конкурентоспособной цены необходимо оценить издержки. Цена на товар складывается из себестоимости товара, куда входят затраты на производство, хранение и сбыт, и желаемую прибыль за приложенные усилия и риск. Из этого складывается максимальная цена, определяемая спросом.

Если максимальная цена определяется спросом, а минимальная – себестоимостью товара, то на установление цены влияют цены конкурентов и ситуация

на рынке. Зная цены и качество товаров конкурентов, фирма может стать вполне конкурентно способной.

Калькуляция является методическим средством, связывающим расчеты себестоимости с ценообразованием. По цели и методам различают два вида калькуляции:

1) прогрессивная калькуляция, т.е. на основе производственных затрат рассчитывается цена, полностью или частично покрывающая затраты. Недостатком метода можно назвать недоучет влияния рынка. Рассчитанная таким образом цена не гарантирует того, что она будет принята рынком;

2) метод обратной калькуляции основан на расчете, исходящем из продажной цены, и предназначен для контроля рыночной цены, с точки зрения затрат. Речь идет о проверке цен, ожидаемых потребителями или устанавливаемых конкурентами.

Ценообразование, ориентированное на потребителей основывается на таких показателях как верхняя граница цен, эластичность цен и возможность дифференцирования цен. Для метода, ориентированного на конкурентов, характерно, что продавец учитывает свои затраты и поведение потребителей.

В небольших типографиях и печатных салонах применяется простой цикл обработки. В силу того, что в таких типографиях небогатый выбор технологий производства, менеджер самостоятельно оформляет и передает заказы в производство. Достоинством такого цикла продажи является скорость обработки заказов. Недостатком является большое количество ошибок на более сложных заказах.

В средних и крупных типографиях в цикл обработки вводится этап технологической подготовки заказа, который выполняется технологом. Достоинством такого цикла является низкий процент ошибок при оформлении заказов любой сложности. Недостатком являются увеличенные сроки расчета заказа, что может привести к потере клиента.

Для решения задач оперативности, точности и повторяемости результатов расчетов в разных условиях внедряются системы по управлению производственными и материальными ресурсами. Эти системы позволяют автоматизировать такие задачи как ведение клиентской базы данных, расчет стоимости изготовления заказа, учет платежей по заказам, обеспечение заказа материалами, отслеживание заказов в производстве, учет фактического расхода материалов, управление персоналом, построение аналитических отчетов, что заметно экономит время менеджеров. А у руководителей есть возможность в реальном времени контролировать действия сотрудников и получать достоверную аналитику о положении дел в компании.

Итогом реализации подобных проектов автоматизации является повышение эффективности (результативность, экономичность, скорость, качество) деятельности предприятия.