

Собитов Ойбек Отабек угли

студент

Научный руководитель

Мальгинова Юлия Николаевна

соискатель, старший преподаватель

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

г. Екатеринбург, Свердловская область

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ И ЗАКУПОЧНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ РЫНКА

***Аннотация:** в статье проводится комплексный анализ системы ценообразования и управления закупками в коммерческой организации. Актуальность исследования обусловлена необходимостью адаптации стратегий малого и среднего бизнеса к высокой волатильности цен на сырьевых и товарных рынках. В ходе исследования проанализированы финансовые показатели компании за последние два года, выявлена негативная динамика роста себестоимости, опережающая рост выручки. На основе ABC-анализа закупок предложены меры по диверсификации портфеля поставщиков.*

***Ключевые слова:** ценообразование, закупочная деятельность, управление затратами, рентабельность, ABC-анализ, конкурентные закупки.*

***Введение.** В современных экономических реалиях, характеризующихся разрывом логистических цепочек и инфляционным давлением, вопросы грамотного ценообразования и эффективных закупок становятся главным фактором выживания бизнеса. Как справедливо отмечает О.В. Воронкова, трансформация подходов к формированию цены является неизбежным ответом на вызовы современной экономики [1].*

Для торговых и производственных компаний, таких как ООО «SPECIAL PROJECT», традиционные методы формирования цены (Cost-Plus) перестают обеспечивать необходимую маржинальность. Е.А. Кузнецова подчеркивает, что

в условиях высокой инфляции инертность в изменении цен ведет к прямым финансовым потерям [2]. Управление входящей ценой (закупками) и исходящей ценой (реализацией) – это две стороны одного процесса формирования прибыли. Ошибки на этапе закупок неизбежно ведут к завышению цены реализации, что, по мнению ряда исследователей, снижает конкурентоспособность предприятия на рынке [3].

Целью данного исследования является разработка практических рекомендаций по совершенствованию политики ценообразования и закупок ООО «SPECIAL PROJECT» на основе анализа текущей хозяйственной деятельности.

Объектом исследования выступает ООО «SPECIAL PROJECT» – компания, осуществляющая деятельность в сфере оптовых поставок и реализации комплексных проектов. Для оценки эффективности действующей модели ценообразования был проведен анализ основных технико-экономических показателей за период 2023–2024 гг. (табл. 1).

Исследователи отмечают важность применения современных инструментов формирования политики ценообразования компаний [4].

В настоящее время на предприятии используется затратный метод ценообразования: к полной себестоимости закупаемого товара и накладным расходам добавляется фиксированная норма рентабельности в размере 15–20%. Однако анализ финансовых результатов показывает тревожную тенденцию. Н.Г. Сидорова отмечает, что подобные жесткие методы без учета рыночной конъюнктуры часто приводят к падению объемов продаж [6].

Таблица 1

Динамика основных финансовых показателей ООО «SPECIAL PROJECT»
за 2023–2024 гг.

Показатель	2023 год, тыс. сум	2024 год, тыс. сум	Абсолютное отклонение (+/-)	Темп роста, %
1. Выручка от реализации	1 245 000	1 428 000	+183 000	114,7
2. Себестоимость продаж	984 000	1 196 000	+212 000	121,5
3. Валовая прибыль	261 000	232 000	-29 000	88,9
4. Коммерческие расходы	82 000	94 000	+12 000	114,6
5. Прибыль от продаж	179 000	138 000	- 41 000	77,1

6. Рентабельность продаж, %	14,4%	9,7%	- 4,7 п.п.	-
-----------------------------	-------	------	------------	---

Из данных таблицы 1 видно, что, несмотря на рост выручки на 14,7%, себестоимость продаж выросла значительно сильнее – на 21,5%. Это привело к падению рентабельности продаж с 14,4% до 9,7%. Главная причина диспропорции – неэффективная закупочная политика. Влияние закупочной логистики на формирование себестоимости является критическим фактором, что подтверждается исследованиями К.С. Федорова [7]. Входящие цены от поставщиков росли быстрее, чем компания успевала корректировать свои отпускные цены для клиентов.

Проблематика закупочной деятельности

Углубленный анализ структуры закупок показал высокую зависимость от ограниченного круга контрагентов. В 2024 году 64% всего объема закупок (в денежном выражении) приходилось всего на двух поставщиков.

Для оптимизации процесса был применен метод структурного анализа (ABC-анализ) номенклатуры закупок ООО «SPECIAL PROJECT». Как указывают Д.Н. Петров и Е.В. Смирнова, данный метод позволяет точно выделить приоритеты для управленческого воздействия [5].

Группа А (наиболее затратные позиции): составляет 18% номенклатуры, но формирует 75% бюджета закупок.

Группа В: 25% номенклатуры и 20% бюджета.

Группа С: 57% номенклатуры и лишь 5% бюджета.

Было выявлено, что менеджеры тратят несоразмерно много времени на администрирование мелких закупок (группа С), в то время как закупки группы А проходят без должного тендерного сравнения цен.

Предложения по совершенствованию

Для исправления ситуации и повышения эффективности бизнес-процессов предлагается комплекс мер, опирающийся на современные научные подходы.

1. Внедрение регламента конкурентных закупок.

Для позиций группы А (стратегически важные товары и услуги) необходимо ввести обязательную процедуру мини-тендеров (сбор минимум трех коммерческих предложений).

2. Переход к динамическому ценообразованию.

Необходимо отказаться от жесткой фиксации наценки. П.П. Яковлев указывает на необходимость перехода от ценообразования «от издержек» к ценообразованию «от ценности» (Value-Based Pricing) на B2B рынках [8].

3. Цифровизация мониторинга рынка.

Внедрение автоматизированного парсинга цен конкурентов позволит отделу продаж оперативно реагировать на демпинг со стороны других игроков рынка, сохраняя долю рынка без существенной потери маржи.

В таблице 2 представлен прогноз эффективности от внедрения предложенных мероприятий на 2025 год.

Таблица 2

Прогноз изменения показателей эффективности ООО «SPECIAL PROJECT» после оптимизации

Показатель	Факт 2024 г., тыс. сум	Прогноз 2025 г. (с учетом мер), тыс. сум	Эффект
Снижение закупочных цен (группа А), %	-	-7%	Экономия бюджета
Операционные расходы на закупки	94 000	86 000	-8,5%
Себестоимость продаж	1 196 000	1 135 000	Снижение издержек
Чистая прибыль	110 400	143 500	Рост на 30%

Расчеты показывают, что снижение закупочной стоимости ключевых позиций всего на 7% за счет конкурентных процедур приведет к значительному эффекту операционного рычага, увеличив чистую прибыль компании почти на треть.

Заключение. Проведенное исследование деятельности ООО «SPECIAL PROJECT» выявило ключевые проблемы в управлении ценообразованием и закупками: опережающий рост себестоимости над выручкой и отсутствие конкурентных процедур выбора поставщиков.

Разработанные рекомендации, включающие внедрение конкурентных карт для закупок группы А, переход на динамическое ценообразование и автоматизацию мониторинга рынка, позволят предприятию адаптироваться к нестабильным внешним условиям. Реализация предложенных мер обеспечит снижение себестоимости продукции и рост рентабельности продаж, что укрепит финансовую устойчивость компании в долгосрочной перспективе.

Список литературы

1. Воронкова О.В. Подходы к формированию ценовой стратегии предприятия в условиях цифровизации экономики / О.В. Воронкова // Экономика и предпринимательство. – 2023. – №4 (153). – С. 654–658.
2. Кузнецова Е.А. Трансформация методов ценообразования в условиях высокой инфляции / Е.А. Кузнецова // Финансы и кредит. – 2024. – Т. 30. №3. – С. 512–526.
3. Курдюмов А.В. Реализация принципа обеспечения конкуренции контрактной системы при закупках товаров, работ, услуг в строительной сфере Свердловской области / А.В. Курдюмов, Д.В. Шалабодов, И.С. Береснева // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2017. – №8–1(55). – С. 70–76. EDN ZEIVWT
4. Лылов А.С. Аналитические системы в бизнесе / А.С. Лылов, А.В. Курдюмов, В.И. Сарычева // Агропродовольственная политика России. – 2025. – №5 (118). – С. 59–68. – DOI 10.35524/2227-0280_2025_05_59. EDN BTMTGQ
5. Петров Д.Н. ABC-анализ как инструмент оптимизации складских запасов и закупок / Д.Н. Петров, Е.В. Смирнова // Логистика и управление цепями поставок. – 2023. – №1 (95). – С. 44–50.
6. Сидорова Н.Г. Современные тенденции в управлении затратами коммерческих организаций / Н.Г. Сидорова // Экономические науки. – 2022. – №5 (210). – С. 112–115.
7. Федоров К.С. Влияние закупочной логистики на формирование себестоимости продукции / К.С. Федоров // Управленческий учет. – 2023. – №8. – С. 22–29.

8. Яковлев П.П. Стратегическое ценообразование на B2B рынках: от издержек к ценности / П.П. Яковлев // Маркетинг в России и за рубежом. – 2024. – №2. – С. 15–21.