

INFLUENCE OF PRICE POLICY ON FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

Kurochkina Ella Sergeevna, Student, North-Caucasian Federal University, Stavropol

In the article influence of a price policy on efficiency of foreign trade activities is considered.

Keywords: *foreign trade activities; the enterprise; the price policy.*

ВЛИЯНИЕ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ НА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

УДК 338.5:339.5

В статье рассматривается влияние ценовой политики на эффективность внешнеэкономической деятельности.

© Курочкина Э.С., 2012

Ключевые слова: *внешнеэкономическая деятельность; предприятие; ценовая политика.*

В настоящее время происходят значительные изменения в сфере экономического положения России, которые характеризуются усилением процессов глобализации, устранением барьеров, сдерживающих развитие экономических связей с другими субъектами мировой экономики. Это открывает новые возможности для использования отечественными предприятиями внешних факторов развития, привлечения из-за рубежа финансовых и технологических ресурсов, применения производственного и управленческого опыта, расширения рынков сбыта. В то же время современная экономика России характеризуется высокой зависимостью от мировых рынков сырья и проблемами конкурирования на рынках готовой продукции.

В реальной экономической деятельности все хозяйственные процессы протекают с существенной долей неопределенности и связаны с риском. Во внешнеэкономической деятельности компании категории "риск" и "неопределенность" играют чрезвычайно важную роль. Именно в сфере внешнеэкономической деятельности риски компании очень разнообразны и трудно прогнозируемы. Высокая степень рискованности международных сделок по сравнению со сделками на национальном рынке обусловлена сложностью внешней среды международного бизнеса.

Ситуация риска, по сути, – разновидность ситуации неопределенности, когда наступление событий вероятно и может быть определено. В этом случае посредством инструментов теории вероятностей и математической статистики можно объективно оценить вероятность событий, которые предположительно возникнут в результате определенной деятельности. Соответственно, вероятность того, что событие произойдет, равна 1, а невозможность события равна 0.

Особое место в общей системе рисков занимают предпринимательские риски. Предпринимательские риски – это вероятность возникновения убытков или каких-либо потерь в результате неосуществления намечающегося события, предусмотренного планом или прогнозом.

Впервые классификация предпринимательских рисков была представлена в трудах Дж. Кейнса, считавшего, что стоимость товара должна включать величину затрат, связанных с повышенным износом оборудования, с изменениями рыночной конъюнктуры и цен, а также с разрушениями в результате аварий и катастроф.

Дж. Кейнс отмечал, что в экономической сфере целесообразно выделять три основных вида предпринимательских рисков: риск предпринимателя или заемщика, риск кредитора, риск инфляции.

В настоящее время существует немало классификаций предпринимательских рисков, основанных на различных их характеристиках (В.М. Гранатуров, О.И. Дегтярева и др.). Практически все эти классификации сходятся в одном – они выделяют риск экономический, ос-

**КУРОЧКИНА
Элла Сергеевна,
студентка,
Северо-Кавказский
федеральный
университет,
Ставрополь**

новой которого является возможное негативное влияние на деятельность фирмы событий в сфере экономики.

Ряд авторов (О.И. Дегтярева и др.) (и мы с ними согласны) разбивают экономические риски на три группы: рыночные риски; кредитные риски; операционные риски. Рыночные риски, связанные с неопределенностью колебаний рыночной конъюнктуры, наиболее разнообразны. Они включают в себя: процентные риски; валютные риски; ценовые риски рынка акций; ценовые риски товарных рынков; риски рынка производных финансовых инструментов.

Ценовые риски связаны с неопределенностью относительно будущего уровня цены. Ценовой риск большинством исследователей (К.В. Балдин, С.Н. Воробьев, О.И. Дегтярева, В.М. Чибинеев и др.) определяется как вероятность (возможность) отклонения будущей цены от ожидаемого значения. Любое отклонение цены от ожидаемой величины считается проявлением ценового риска (это касается как динамики цен на продукцию, так и на услуги). Если применение данного определения риска ограничивается только ситуациями с неблагоприятным исходом, то целесообразно говорить о риске фирмы понести убытки; при рассмотрении ситуаций с благоприятными отклонениями целесообразно говорить о риске недополучения фирмой прибыли.

Вышеприведенное определение ценового риска указывает на способ его измерения: так как ценовой риск принимает форму отклонения от ожидаемой величины, то чем больше изменчивость цен, тем большему риску подвергается субъект рынка.

Изменчивость (волатильность) цен характеризуется тремя показателями: величиной изменения цены, скоростью изменения цены и частотой изменения цены.

В последнее время проблемы ценовых рисков довольно широко рассматриваются в научной и специальной литературе. Однако подавляющее большинство этих работ посвящено рискам, возникающим в биржевой торговле, на фондовых и страховых рынках.

Ценовые риски фирмы (в т.ч. и внешнеторговой) рассматриваются поверхностно и очень обобщенно. Как правило, выделяются только инфляционный, валютный и процентный риски. Это обстоятельство, по нашему мнению, объясняется следующим. Рынки готовых товаров очень разнообразны. Производство широкого ассортимента готовой продукции и полуфабрикатов может осуществляться большим количеством конкурирующих фирм практически везде. Выпускаемая продукция очень сильно варьируется как по своим техническим и потребительским параметрам, так и по качеству. Условия эксплуатации промышленной продукции и требования к ее параметрам отличаются у конкретных потребителей. Решающая роль в

формировании мировых цен на готовую продукцию принадлежит ведущим фирмам-производителям и экспортерам, но постоянно увеличивается число средних и более мелких фирм, часто проводящих агрессивную ценовую политику. В связи с этим конкуренция на рынках готовой продукции в последние годы все более обостряется. В отличие от сырьевых рынков, рынки готовой продукции не имеют четких географических границ (как месторождения полезных ископаемых), поставщики и потребители значительно реже привязаны друг к другу долгосрочными контрактами. Рынки готовой продукции менее прогнозируемы и управляемы, чем рынки сырьевых товаров. Соответственно, различных рисков ситуаций и их комбинаций на этих рынках значительно больше.

Так, неточный учет курса валюты контрактной цены может спровоцировать непредвиденные потери, которые отрицательно повлияют на финансовое положение конкретной фирмы-участника ВЭД. Если же экспортер при формировании контрактной цены недостаточно обосновал ее, то со стороны страны-контрагента возможны антидемпинговые расследования, что, в свою очередь, может отрицательно повлиять на экономику конкретной отрасли.

При выборе рискованного варианта цены во внешнеторговой сфере, как правило, ориентируются на получение положительного результата. Однако в первую очередь необходимо четко просчитывать негативные последствия от возможного проявления риска. Это связано с тем, что при благоприятном исходе (т.е. наступлении рискованного события) можно прогнозировать положительные результаты только непосредственно для участника ВЭД. Возможное же наступление негативных последствий необходимо рассчитывать не только для самого участника внешнеторговых операций, но и для смежных с ним областей. То есть, следует учитывать мультиплицирующий эффект, проявляющийся в потерях организаций, связанных с участием ВЭД технологическими, организационными и экономическими отношениями, а также в потерях на уровне государства. Именно в этом заключается системность прогнозирования неблагоприятных последствий таких рисков.

Ценовые риски, с которыми приходится сталкиваться фирме-участнику ВЭД, очень разнообразны и могут быть связаны не только с вероятностью изменения цен на выпускаемую продукцию в будущем (т.е. с инфляционными или валютными рисками).

По времени ценовые риски фирм-участников ВЭД могут возникать:

- на этапе формирования цены в процессе подготовки внешнеторгового контракта в связи с неверной оценкой рыночной ситуации, непродуманным выбором базового рынка для обоснования контрактной цены, ошибками в формировании маркетинговой политики или ценовой

стратегии, выбором контрагента. Эти риски являются внутренними, так как обусловлены деятельностью самой фирмы;

– в процессе исполнения внешнеторгового контракта в связи с изменением государственного регулирования конкретных рынков или сфер деятельности, с изменением политической или экономической ситуации, с форс-мажорными обстоятельствами и т.д. Эти риски являются внешними, непосредственно не связанными с деятельностью данной фирмы;

– после исполнения внешнеторгового контракта в связи с проявлением мультиплицирующего эффекта и влияния на интересы участников рынка различных уровней. Например, для самого участника ВЭД это может проявиться в виде необходимости уплатить доначисленные суммы налогов, для отрасли – в антидемпинговых расследованиях, введении квот и ограничений, для государства – в ослаблении позиций на внешних рынках, необходимости корректировки законодательства или мер по регулированию отдельных сфер экономики.

Внешнеэкономическая деятельность предприятий как одна из ключевых составляющих их производственно-хозяйственной деятельности существенно увеличила свою значимость за время экономических реформ. Но уровень конкуренции на международных рынках таков, что новым участникам приходится конкурировать не только продукцией, но и мобильностью, адаптивностью систем управления. На первый план выходит способность систем управления активно реагировать на условия внешней среды, положительно использовать изменения в технологических, финансовых и иных областях. Продукция на мировом рынке сама по себе является лишь необходимым, но часто не главным условием победы в борьбе за потребителя. От системы управления ВЭД в первую очередь зависит характер и формы работы предприятия на международном рынке.

"Молочный комбинат "Ставропольский" является одним из ведущих производственных предприятий города Ставрополя пищевой отрасли. ОАО "Комбинат молочный "Ставропольский" выпускает продукцию в широком ассортименте. В основном это молочные продукты: молоко, кисломолочные напитки, творог, сметана, мороженое, сыры, сгущенные молочные продукты. С использованием молочной сыворотки комбинат вырабатывает хлебобулочные изделия. Всего ассортимент комбината насчитывает около 250 наименований.

ОАО "МКС" на протяжении ряда лет ведет активную внешнеторговую деятельность, как в отношении экспорта, так и импорта. По импорту предприятие осуществляет закупки производственного оборудования для своих нужд и соки, по экспорту – поставки готовой продукции широкой ассортиментной группы.

Экспорт продукции представлен только одной страной – Израиль. Удельный вес экспортной продукции составляет всего доли процента. В связи с этим целесообразно продолжить курс предприятия в увеличении выпуска, в частности мороженого, для чего целесообразно закупать импортное оборудование, с целью диверсификации на рынках сбыта за рубежом.

Импортная составляющая внешнеэкономической деятельности связана с потребностью обновления производственных мощностей новым технологическим оборудованием, а также необходимостью закупок сырья для производства продукции.

Анализ деятельности ОАО "Молочный комбинат "Ставропольский" показал, что предприятие находится в достаточно устойчивом экономическом положении и у него существуют потенциальные возможности для экономического роста. Однако для этого ценовая политика комбината в области внешнеэкономической деятельности должна подвергнуться ряду изменений, направленных на повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции.

В современных условиях, понимание значения ценовой политики еще более расширилось: это важнейший элемент управления деятельностью предприятия, эффективное средство для достижения его целей, охватывающих не только поддержание стабильности деятельности и получение запланированной прибыли, но и удовлетворение потребностей потребителей, поддержание и развитие бренда, возможность результативно конкурировать на рынке и успешно представлять на рынок новые товары.

Процесс формирования оптимальной цены на предприятии является комплексным, затратным и трудоемким. Он предполагает анализ большого объема информации и не заканчивается с единовременным установлением цены для выбранного рынка, а предполагает последующую возможную корректировку цен и временные программы по манипулированию ценами для решения поставленных задач.

Вопрос совершенствования ценовой политики предприятия на рынке стоит очень остро и включает в себя своевременное получение информации о действующих на рынке ценах и стратегиях конкурентов, применение малоизвестных стратегий и совершенствование уже используемых, создание программы продвижения цены и системы оценки позиции товара и фактических затрат.

Также, помимо всего прочего, необходимо внедрять ценовой контроллинг как способ создания эффективной системы управления ценами на предприятии. Одним из мероприятий по повышению эффективности деятельности предприятия на внешнем рынке можно рекомендовать каждые три года проводить анализ конкурентоспособности отдельных товарных групп, включающий анализ химических и потребитель-



ских свойств продукции, цен на товары, делая акцент на соотношении "цена-качество".

Литература:

1. Бережной В.И. Кризисный менеджмент – основа финансового оздоровления предприятия / В.И. Бережной, И.А. Цвиринько, И.В. Таранова // Вестник ИДНК "Экономические науки". – Ч. 2. – Ставрополь, 2011. – № 4 (20).
2. Бережной В.И. Формирование цен на транспортные услуги грузовых автотранспортных организаций в конкурентной среде: теория,

методы и модели : монография // В.И. Бережной, А.В. Березовская, Н.Е. Письменная, Е.А. Пономарева, В.А. Фурсов, А.С. Токарь. – Ставрополь : СевКавГТУ, 2007. – 142 с.

3. Бережная Е.В. Совершенствование моделей управления транспортными системами в условиях нестабильной экономической среды / Е.В. Бережная // Вестник ИДНК. – 2012. – № 3.
4. Бережная Е.В. Применение методов многомерного статистического анализа в исследованиях социально-экономических систем / Е.В. Бережная, О.В. Бережная // Вестник ИНЖЭКОН. – 2012. – № 7.

ON IMPROVING THE SYSTEM PERFORMANCE ASSESSMENT COMPANY PERSONNEL

Titova Olga Gennadievna, Student, Chair of Economics and Management, North-Caucasian Federal University, Stavropol
E-mail: liut@ncstu.ru

The article examines the existing experience for the certification of employees and an improved method for evaluating the effectiveness of their work.

Keywords: certification of employees; evaluation of staff performance; methods for assessing staff; rating employees.

УДК 331.1

**К ВОПРОСУ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ
 ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА
 ПРЕДПРИЯТИЯ**

© **Титова О.Г.**, 2012



В статье исследуется существующий опыт по проведению аттестации сотрудников предприятия и предлагается усовершенствованный метод оценки эффективности их работы.

Ключевые слова: аттестация работников предприятия; оценка эффективности работы персонала; методы оценки персонала; рейтинг сотрудников.

Персонал предприятия является основным ресурсом, обеспечивающим эффективность и конкурентоспособность его деятельности на рынке. Поэтому в качестве основного этапа управления кадрами на предприятии важно совершенствовать систему аттестации персонала, существующую на предприятии.

Аттестация является важной функцией управления персоналом и представляет собой процесс оценки эффективности выполнения сотрудником своих должностных обязанностей. Она включает в себя несколько этапов и по существу должна являться непрерывным процессом.

Важность исследования данных вопросов в том, что в ходе эволюции предприятия и перехода его по стадиям жизненного цикла меняется характер труда, сам сотрудник, требования, предъявляемые к хозяйствующим субъектам, соответственно, необходимо разрабатывать новые, или совершенствовать имеющиеся, более эффективные, соответствующие новым условиям способы управления персоналом, в том числе и методы аттестации работников.

В центре аттестационного процесса находится собеседование – встреча руководителя с аттестуемым сотрудником, в ходе которой происходит обсуждение результатов работы сотрудника за истекший период, дается оценка этой работы как руководителем, так и самим сотрудником, утверждается план работы сотрудника на перспективу. Оно служит основой аттестационного процесса и поэтому требует тщательной подготовки как от сотрудника, так и от руководителя. Существующий в данной области опыт показывает, что необходимо специально обучать своих сотрудников тому, как проводить аттестационное собеседование. Как показывают исследования, успех собеседова-

ТИТОВА

Ольга Геннадьевна, студентка, кафедра Экономики и управления, Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь
 liut@ncstu.ru