

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ**

УДК 658.7.03.011.1:339.13

**БЕЛОВА СВЕТЛАНА ОЛЕГОВНА**

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА УСЛУГИ  
ТОРГОВЛИ В ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКЕ  
(на примере потребительской кооперации)**

08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством

**АВТОРЕФЕРАТ ДИССЕРТАЦИИ**  
на соискание ученой степени  
кандидата экономических наук

Минск — 2001

Работа выполнена в Учреждении образования «Гомельский кооперативный институт» Белкоопсоюза

Научный руководитель

кандидат экономических наук,  
профессор Валеви́ч Р. П.,  
БГЭУ, кафедра экономики торговли

Официальные оппоненты

доктор экономических наук,  
профессор Поле́цук И. И.,  
БГЭУ, кафедра промышленного  
маркетинга и цен

кандидат экономических наук,  
старший научный сотрудник  
Петрови́ч М. В., Академия управления  
при Президенте Республики Беларусь,  
кафедра менеджмента

Оппонирующая организация

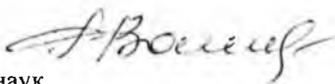
Научно-исследовательский  
институт Белкоопсоюза

Защита состоится « 5 » октября 2001 г. в 15 час. 00 мин. на заседании совета по защите диссертаций Д 02.07.02 при Белорусском государственном экономическом университете по адресу: 220070 г. Минск, Партизанский проспект, 26, зал заседаний совета (ауд. 205).  
Тел. (8-017) 495107.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Белорусского государственного экономического университета.

Автореферат разослан « 5 » сентября 2001 г.

Ученый секретарь совета  
по защите диссертаций,  
кандидат экономических наук



Р. П. Валеви́ч

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

### Актуальность темы диссертации.

Успешная деятельность и конкурентоспособность торговых предприятий в современных условиях во многом зависят от обоснованности цены торговых услуг. Самостоятельность, самокупаемость, самофинансирование требуют, чтобы размер торговой надбавки был достаточным для покрытия издержек обращения и решения за счет получаемой прибыли задач, стоящих перед предприятием по его развитию.

Будучи ценой торговых услуг, надбавки формируются в соответствии с общим механизмом ценообразования. На их величину оказывают влияние конъюнктура рынка, характер услуг, специфика торговой деятельности, ценовая политика предприятия, соотношение спроса и предложения, конкуренция, уровень издержек обращения, стратегические целевые ориентиры, а также инфляционные процессы. Социально-экономическая политика, проводимая государством, во многом предопределяет силу проявления названных и других факторов. Современное состояние торговли свидетельствует о наличии серьезных проблем, обусловленных, прежде всего, несовершенством ценообразования на ее услуги: отрасль практически перестала развиваться, возникли серьезные финансовые проблемы, отсутствуют реальные инвестиции, на недопустимо низком уровне находится обеспеченность собственными оборотными средствами. Поэтому в условиях переходной экономики важное значение приобретает разработка методических подходов совершенствования ценообразования на услуги торговли, обеспечивающих проведение эффективной ценовой политики, способствующей укреплению финансового положения торговых предприятий и улучшению качества торгового обслуживания покупателей.

Отдельные аспекты, связанные с исследованием сущности механизма ценообразования, формирования ценовой политики и стратегии предприятия, государственного регулирования ценообразования, оценки воздействия цен на результативность функционирования предприятий, в том числе и торговых, рассматривались в трудах А. Алклычева, И. Бланка, Р. Валевиц, Н. Васильевой, А. Вихляева, В. Герасименко, В. Есипова, Л. Козловой, Л. Кравченко, Э. Курпинова, И. Липсица, В. Новикова, И. Полещук, К. Раицкого, И. Салимжанова, Д. Тимошевского, Э. Уткина, А. Цацулина, Г. Чубакова, Д. Шавишвили и др. Однако обозначенные проблемы, специфика и механизм их проявления применительно к торговле и условиям переходной экономики остаются недостаточно изученными. До сих пор не решены вопросы выработки подходов к формированию цены торговых услуг, оценки воздействия инфляции и государственного регулирования розничных цен и торговых надбавок на экономические результаты деятельности торговых предприятий с позиции определения возможных, т. е. экономически обоснованных форм, методов и мер вмешательства для достижения условий, способствующих их расширенному воспроизводству.

Сложность исследования определяется спецификой переходного периода с характерными противоречивыми проблемами, решение которых требует, с одной стороны, преодоления последствий социально-экономического кризиса, сопровождающегося снижением жизненного уровня и покупательной способности населения, а, с другой стороны — необходимостью создания институтов рыночной экономики, учитывающих, в частности, не только интересы государства, но субъектов хозяйствования, собственников и наемных работников.

Анализ проблем функционирования предприятий, специфики сложившихся условий, роли и места ценообразования в системе принятия и реализации управленческих решений в торговле свидетельствуют об актуальности рассмотренных в диссертационном исследовании вопросов и определяют необходимость разработки и внедрения в практику новых подходов к формированию цены торговых услуг и направлений совершенствования механизма ценообразования.

Возрастающая значимость и особая актуальность этих проблем для повышения эффективности функционирования торговых предприятий потребительской кооперации, учитывая ее социальную функцию, определили выбор темы и основных направления исследования.

**Связь работы с крупными научными программами, темами.** Диссертационное исследование выполнялось во взаимосвязи с разрабатываемой кафедрой экономики торговли Учреждения образования «Гомельский кооперативный институт» Белкоопсоюза темой: «Определение экономических границ деятельности предприятий потребительской кооперации» (1999 – 2000гг., № ГР 19992197 от 02.07.1999 г., I – II этапы).

#### **Цель и задачи исследования.**

Целью диссертационной работы является разработка теоретических подходов и практических рекомендаций по совершенствованию ценообразования на услуги торговли, что будет способствовать повышению эффективности управления хозяйственной деятельностью потребительской кооперации в целом. Для реализации этой цели в диссертации поставлены и решены следующие задачи:

- определена сущность цены торговых услуг, специфика проявления ее функций и методов формирования на основе изучения отечественного и зарубежного опыта;
- определены роль, место и содержание государственной политики в области формирования торговых надбавок с учетом специфики торговой деятельности и условий переходной экономики;
- разработаны методические подходы к оценке влияния ценовых и инфляционных факторов на прибыльность предприятий торговли с целью использования их результатов в практике управления доходами и прибылью на кооперативных торговых предприятиях;

- разработана методика оценки воздействия государственного регулирования торговых надбавок на экономические результаты деятельности предприятий торговли;
- обоснованы методы формирования торговых надбавок для различных стратегических целей функционирования предприятий торговли;
- разработана модель критической доли в розничном товарообороте товаров социальной направленности с ограниченными торговыми надбавками, обеспечивающая безубыточность функционирования предприятий торговли;
- обоснованы пути совершенствования форм и методов государственного регулирования торговых надбавок с учетом сочетания целей функционирования предприятий торговли потребительской кооперации и политики государства по отношению к ней.

**Объектом исследования** является деятельность розничных предприятий районных потребительских обществ Гомельского облпотребсоюза.

**Предметом исследования** является механизм ценообразования, социально-экономические условия и практические проблемы его реализации на предприятиях торговли, методические подходы к его совершенствованию.

**Методология и методы проведенного исследования.**

**Методологическую основу** исследования составили общенаучные и диалектические методы познания, экономические законы, теория маркетинга, менеджмента, а также законодательные и нормативные материалы, определяющие государственную политику по отношению к торговой отрасли и потребительской кооперации.

**Основными методами исследования** стали: системный анализ и синтез, группировки, сравнения, методы формализации экономических процессов и их оптимизации, научная абстракция и экономико-математическое моделирование. Обработка статистических материалов проводилась с использованием компьютера типа IBM при помощи пакета прикладных программ Microsoft Office 2000.

Информационной базой исследования явились материалы Министерства статистики и анализа Республики Беларусь, ведомственные данные Белкоопсоюза, Гомельского облпотребсоюза, материалы периодической печати и научно-практических конференций.

**Научная новизна и значимость полученных результатов** исследования заключаются в обосновании и решении комплекса теоретических и практических вопросов по проблемам совершенствования ценообразования на услуги торговли в переходной экономике. К наиболее существенным результатам, содержащим научную новизну, относятся следующие:

- конкретизирована формулировка цены торговых услуг, более полно отвечающая сущности и современным условиям деятельности торговых предприятий; дополнен перечень функций цены торговых услуг за счет включения функции информационного обеспечения обратной связи «потребитель — торговое предприятие — производитель»;

- разработана методика оценки воздействия ценовых и инфляционных факторов на прибыльность предприятий торговли, на ее основе усовершенствованы и адаптированы к условиям переходной экономики методы формирования торговых надбавок, позволяющие учитывать влияние инфляционного роста цен в целях нейтрализации его отрицательного воздействия на достижение стратегических целей предприятий торговли;
- предложена методика количественной оценки государственного регулирования торговых надбавок и розничных цен на экономические результаты деятельности предприятий торговли, позволяющая обосновать экономическую меру возможного государственного регулирования торговых надбавок, определить целесообразность допустимого воздействия государства на процессы ценообразования для достижения социальных и экономических целей государства и предприятий торговой отрасли;
- разработана модель расчета критической доли в розничном товарообороте товаров социальной направленности с ограниченными торговыми надбавками, позволяющая обеспечить безубыточность функционирования предприятий торговли.

**Практическая значимость полученных результатов.** Научные разработки и предложения, являющиеся результатами исследования, направлены на решение практически важнейшей задачи совершенствования ценообразования на услуги торговли и повышение эффективности функционирования механизма хозяйствования торговых предприятий.

Отдельные положения диссертации, включающие, в частности, методики оценки воздействия ценовых и инфляционных факторов на прибыльность предприятий торговли и обоснования размеров торговых надбавок в условиях инфляции внедрены в практическую деятельность торговых предприятий потребительской кооперации (справка Белкоопсоюза №07-1-17/31 от 22.06.2001г.) и ООО «Интеркабель» ( акт внедрения № 21/05-7 от 21.05.2001 г.; справка № 21/05-8 от 21.05.2001 г.).

Содержащиеся в работе предложения по обоснованию торговых надбавок и мер их государственного регулирования для условий переходной экономики используются в деятельности отдела цен Гомельского облисполкома (справка № 1-16/189 от 15.06.2001 г.).

Предложения и результаты исследований, изложенные в диссертации, нашли применение и используются в учебном процессе на кафедре экономики торговли Учреждения образования «Гомельский кооперативный институт» Белкоопсоюза в преподавании отдельных тем курсов «Цены и ценообразование», «Экономика торгового предприятия», а также при проведении методических семинаров по повышению квалификации специалистов ценовых служб системы потребительской кооперации ( акт №37-84 от 05.04.2001 г.).

**Экономическая и социальная значимость** состоит в том, что результаты проведенного исследования и его основные положения будут способствовать выработке более объективной и соответствующей условиям переходной

экономики ценовой политики, а также будут содействовать повышению эффективности и обоснованности принимаемых управленческих решений на предприятиях торговли в целях повышения качества торговых услуг. Результаты исследования могут быть использованы в качестве интеллектуальной продукции, представляющей интерес для государственных органов, осуществляющих регулирование ценообразования на областном и республиканском уровнях.

**Основные положения диссертации, выносимые на защиту.**

1. Конкретизация понятия и дополнение перечня функций цены торговых услуг, включающего функцию информационного обеспечения обратной связи «потребитель — торговое предприятие — производитель», что позволяет более полно охарактеризовать и исходя из этого осуществить оценку стоимости торговых услуг.
2. Методика оценки воздействия ценовых и инфляционных факторов на прибыльность предприятий торговли, адаптация к условиям переходной экономики методов формирования торговых надбавок, отличающихся учетом влияния инфляционного роста цен, способами нейтрализации его воздействия, что позволяет обеспечить учет инфляционных процессов на стадии заключения хозяйственных договоров и достижение различных стратегических целей торговых предприятий.
3. Методика количественной оценки воздействия государственного регулирования торговых надбавок и розничных цен на экономические результаты деятельности предприятий торговли, отличающаяся возможностью обоснования мер государственного регулирования торговых надбавок, определения целесообразности допустимого вмешательства государства в процессы ценообразования, что в совокупности позволяет достичь социальных и экономических целей государства и предприятий торговой отрасли.
4. Модель расчета критической доли в розничном товарообороте товаров социальной направленности с ограниченными торговыми надбавками, отличающаяся учетом налогообложения в условиях зачетного метода исчисления НДС и схем товародвижения, что в совокупности позволяет решить комплекс задач по совершенствованию управления ассортиментом реализуемых товаров и логистике товародвижения.

**Личный вклад соискателя.** Представленная работа как целостное исследование является оригинальным научным трудом, выполненным соискателем в рамках избранной темы самостоятельно с учетом исследования и обобщения представительного теоретического, нормативного и эмпирического материала, апробации собственных разработок в хозяйственной деятельности предприятий, занимающихся торговой деятельностью и в учебном процессе Учреждения образования «Гомельский кооперативный институт» Белкоопсоюза.

**Апробация результатов диссертации.** Основные положения диссертационного исследования опубликованы в периодической печати, сборниках научных трудов, доложены на международных и республиканских научно-

практических конференциях, проводимых в Минске, Бресте и Гомеле, излагались на методических семинарах кафедры экономики торговли Учреждения образования «Гомельский кооперативный институт» Белкоопсоюза и внедрены в практику.

**Опубликованность результатов.** Основные результаты диссертации опубликованы в 10 печатных работах общим объемом 44 страницы, в том числе в двух журнальных статьях, в трех материалах международных и межвузовских научно-практических конференций, в пяти тезисах международных и республиканских конференций.

**Структура и объем диссертации.** Диссертация состоит из введения, общей характеристики работы, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Общий объем диссертации — 218 страниц. В состав диссертации включены 29 рисунков, 71 таблица, из них 64 вынесены в приложение; 51 приложение на 92 страницах. Список использованных литературных источников включает 144 наименования.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

**Во введении** освещается современное состояние изучаемого объекта, степень разработанности проблемы, обосновывается актуальность и необходимость выбора темы диссертационного исследования.

**В первой главе «Торговые надбавки в системе цен и механизме ценообразования»** изучены основные подходы к рассмотрению сущности торговой надбавки как воспроизводственной категории и особого элемента розничной цены; выявлены роль и место цены торговых услуг в системе цен и механизме ценообразования; исследована специфика проявления функций цены торговых услуг; определены проблемы формирования ценовой политики предприятий торговли; оценено влияние политики государства на формирование торговых надбавок.

Исследование взглядов на содержание торговой деятельности позволяет относить ее к сфере услуг, что накладывает соответствующий отпечаток на все процессы, происходящие в отрасли, в том числе в ценообразовании.

Торговое предприятие за оказываемые им услуги по доведению и реализации товара потребителю взимает плату, которую называют ценой торговых услуг. Этой платой становится торговая надбавка к цене закупленных товаров.

Определение места торговли в структуре национальной экономики, роли цены торговых услуг в социально-экономическом развитии предприятий отрасли, изучение механизма ее формирования позволили трактовать торговую надбавку как воспроизводственную категорию. Она отражает роль и место торговли в системе рыночных отношений, формируется в соответствии с общими экономическими законами под воздействием внешних и внутренних факторов, исходя из целевых ориентиров функционирования предприятий отрасли.

Сложность и многогранность подходов к обоснованию торговых надбавок, вытекающая из сформировавшейся теоретической базы ценообразования, позволила выделить в качестве объективной основы формирования цены торговых услуг ее стоимость. Единство стоимости и потребительной стоимости является предпосылкой реализации торговой услуги и служит основой для разработки ценовой политики предприятий торговой отрасли.

Формирование цены торговых услуг определяется составом элементов торговой надбавки, ценой закупки товара, спросом потребителей и государственной политикой регулирования ценообразования. Отличительной особенностью последней является жесткая регламентация органами ценообразования порядка обоснования и применения торговых надбавок и установление их предельных размеров не только на товары социальной направленности, но и остальные. Это положение в совокупности со специфическими для потребительской кооперации факторами явилось главной причиной низкой рентабельности и убыточности торговых предприятий от основного вида деятельности — реализации товаров (рис. 1).

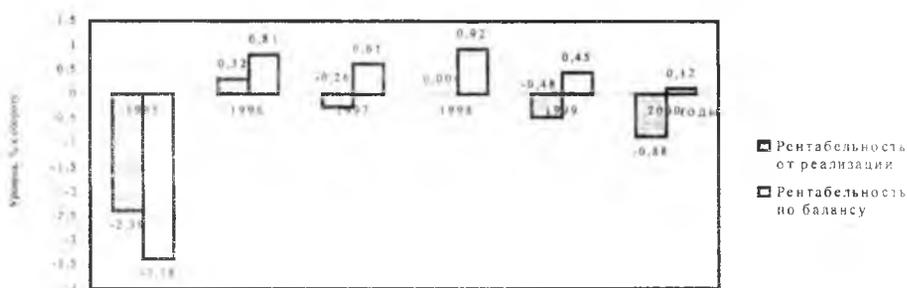


Рис. 1. Динамика рентабельности по розничной торговле Белкоопсоюза

Несомненно, внешние ограничения на установление цены торговых услуг не позволяют ей в полной мере реализовать свои функции, что приводит к отрыву от стоимостной основы, возникновению перекосов в системе цен и утере ценой ее активной роли в воздействии на повышение эффективности функционирования отрасли.

Понимание функциональной роли торговли, ее места и роли в национальном хозяйстве позволило исследовать специфику проявления учетной, распределительной, стимулирующей и балансирующей функций цены торговых услуг, а также выделить функцию надбавки как особого элемента в системе информационного обеспечения обратной связи «потребитель — торговое предприятие — производитель».

Одним из основных носителей информации обратной связи является потребительная стоимость торговой услуги, соответствие параметров которой общественным потребностям является предпосылкой реализации торговой ус-

луги по стоимости, что служит сигналом о ее общественной полезности и целесообразности дальнейшего существования. Это положение имеет особую значимость при формировании ценовой политики торговых предприятий и определении объективной оценки стоимости цены торговых услуг.

Во второй главе «Исследование воздействия механизма ценообразования на экономические результаты деятельности предприятий торговли» решены две основные задачи. Во-первых, разработана методика оценки инфляционных факторов на прибыльность предприятий торговли. Во-вторых, разработана система показателей и методика оценки воздействия государственного регулирования торговых надбавок на экономические результаты деятельности предприятий торговли.

В условиях переходной экономики среди факторов, оказывающих негативное воздействие на функционирование предприятий торговли и способствующих снижению эффективности и обоснованности принимаемых управленческих решений, выделяют ценовой и инфляционный.

Проведенное исследование выявило различия в подходах к регулированию различных видов цен. Отличительной особенностью государственного регулирования розничных цен в Республике Беларусь является их изначальная ориентация на установление ограничительных нормативов (через установление предельных размеров торговых надбавок на все товары).

Ретроспективный анализ показал, что за период с 1996 г. по 1999 г. рост розничных цен целиком обусловлен приростом цен поставщиками товаров, за исключением двух случаев, когда в 1999 г. по Улуковскому и Гомельскому розничным торговым предприятиям рост цен на услуги торговли составил 0,36 и 0,85 % соответственно. В 2000 г. рост торговых надбавок у этих предприятий составил от 3,96 % до 9,41 %, в то время как прирост цен поставщиками товаров превысил в среднем 120 % (табл.1).

Таблица 1

**Динамика соотношения роста цен поставщиками и розничными кооперативными предприятиями Гомельского райпо**

Годы	Розничные кооперативные предприятия				
	Улуковское	Урицкое	Гомельское	Терюхское	Марковичское
1996	1,5061 > 0,9877	1,5556 > 0,8510	1,5128 > 0,9672	1,5502 > 0,8601	1,5253 > 0,9271
1997	1,6904 > 0,8913	1,1237 > 0,8950	1,7203 > 0,8140	1,6852 > 0,9000	1,6754 > 0,9279
1998	1,7701 > 0,9377	1,7704 > 0,9570	1,7701 > 0,9557	1,7652 > 0,9720	1,7596 > 0,9894
1999	4,0400 > 1,0036	4,0513 > 0,9876	4,0360 > 1,0085	4,0642 > 0,9693	4,0754 > 0,9549
2000	2,2946 > 1,0396	2,2668 > 1,0941	2,2721 > 1,07	2,2726 > 1,0882	2,2747 > 1,0794

Таким образом, были нарушены единство и равновыгодность подходов к установлению цен различными участниками процесса общественного воспроизводства, что в условиях инфляции не может не сказываться на конечных результатах деятельности торговли.

Исследование имеющихся методических подходов к оценке влияния ценовых и инфляционных факторов на прибыльность предприятий и проведение соответствующих расчетов показали некорректность их применения для торговой отрасли.

На основе анализа существующих подходов нами разработана методика оценки влияния ценовых и инфляционных факторов на прибыльность предприятий торговли, которая позволяет прогнозировать последствия инфляции на результаты торговой деятельности, в частности, на ее рентабельность. Разработанная методика базируется на использовании факторов, воздействующих на формирование прибыли, — валового дохода и издержек обращения. В качестве результативного показателя определена рентабельность текущих затрат.

С учетом изложенного модель формирования прибыльности в условиях инфляции можно представить следующим образом (рис. 2.):

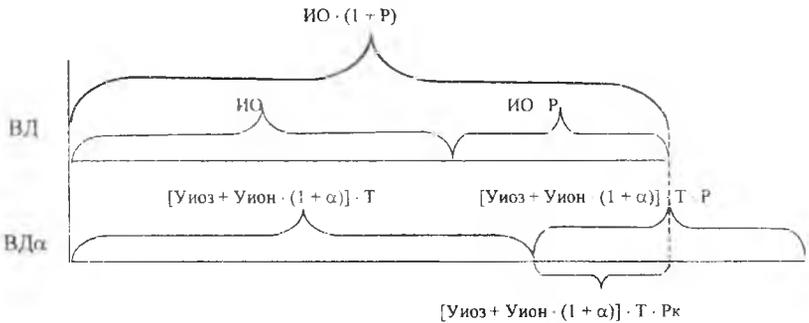


Рис. 2. Модель формирования прибыльности торгового предприятия в условиях инфляции

*ВД* — валовой доход; *ИО* — издержки обращения;  $\alpha$  — темп инфляции; *ВД $\alpha$*  — значение валового дохода в условиях инфляции;  $1 + \alpha$  — индекс инфляции за рассматриваемый период; *P* — плановая рентабельность затрат; *Уиоз* — уровень издержек обращения, зависящих от изменения цен; *Уион* — уровень издержек обращения, независящих от изменения цен; *T* — розничный товарооборот;  $[Уиоз + Уион \cdot (1 + \alpha)] T$  — скорректированная на инфляцию сумма издержек обращения;  $P_k$  — рентабельность затрат в конце периода.

В основу методики положены группировка статей издержек обращения по признаку их зависимости от изменения розничных цен, индекс инфляции, значение валового дохода в условиях инфляции. Предлагаемая методика позволяет определить фактическую рентабельность затрат торгового предприятия с учетом инфляционного фактора, снижающего запланированную норму прибыли.

В ситуации, когда товар поступает на реализацию в начале периода с учетом предельного размера торговой надбавки и запланированной рентабельности, а оплата за товар потребителем производится в конце периода по прежней цене с применением того же уровня надбавки, а соответственно валового дохода, в рамках последней издержки обращения в связи с инфляцией увеличиваются, а рентабельность уменьшается. Таким образом, искомая рентабельность в конце периода определяется по следующей формуле:

$$P_K = \frac{IO \cdot (1 + P) - [U_{иоз} + U_{ион} \cdot (1 + \alpha)] \cdot T}{[U_{иоз} + U_{ион} (1 + \alpha)] \cdot T} \quad (1)$$

Рассчитанные по предлагаемой методике показатели свидетельствуют, что при годовом темпе инфляции в 2000 г. 268,5 % и заданной нулевой плановой прибыли фактическая рентабельность затрат, а скорее убыточность, составит по Улуковскому розничному предприятию 52,2 %, Урицкому — 57,9. Гомельскому — 50, Терюхскому — 50,4, по Марковичскому — 52 %. Полученные результаты свидетельствуют, прежде всего, об отрицательном воздействии инфляционного фактора и необходимости его учета при обосновании размеров торговых надбавок, выработке ценовой тактики и договорных форм ценовой защиты от инфляции.

Проведение глубокого и всестороннего анализа факторов, повлиявших на доходность и прибыльность торговых предприятий, выявило, что в условиях переходной экономики достаточно сильное воздействие на их величину оказывает ряд внешних факторов, наиболее значимым из которых является государственная политика по отношению к отрасли, в том числе по вопросам ценообразования. Анализ реформ в области регулирования розничных цен выявил их социальную (защита интересов малообеспеченных слоев населения) и экономическую (антиинфляционные цели) направленность. Это определило выработку подходов к оценке мер подобного воздействия на функционирование предприятий торговли.

Для количественной оценки воздействия государственного регулирования торговых надбавок и розничных цен на результативность торговли в диссертации предложена система показателей, отражающая как социальный, так и экономический аспекты ее деятельности.

Экономический аспект оценки предполагает исследование достаточности получаемой предприятиями торговли прибыли для осуществления текущего самофинансирования и последующего развития. Он осуществляется на осно-

ве показателей, характеризующих доходность (рентабельность) торговой деятельности и способность отрасли (предприятия) к самофинансированию.

Социальный аспект оценки вытекает из социальной функции потребительской кооперации, связанной с удовлетворением потребностей пайщиков и сельского населения. Поэтому он осуществляется на основе показателей, характеризующих тенденции развития розничных продаж.

Проводимая таким образом оценка позволяет дать полную, всестороннюю и объективную оценку государственной политики в области ценообразования, является важной предпосылкой в построении единой модели и разработке методики оценки объективности и результативности вмешательства государства в ценовую политику торговых предприятий.

**В третьей главе "Направления совершенствования ценообразования на услуги торговли в переходной экономике"** разработана методика формирования торговых надбавок, отвечающая различным стратегическим целям развития предприятий торговли и учитывающая воздействие инфляционных процессов; обоснованы пути совершенствования государственного регулирования розничных цен с позиции определения экономически допустимых мер государственного вмешательства в ценовую политику торговых предприятий.

Содержание предлагаемых направлений совершенствования ценообразования на услуги торговли представляет собой совокупность средств и методов, базирующихся на единстве целей функционирования предприятий торговли и их ценовой политики.

В диссертации выделены четыре основные цели ценовой политики торговых предприятий, накладывающие соответствующий отпечаток на формирование цены торговых услуг: обеспечение выживаемости предприятия, получение целевого размера прибыли, обеспечение приоритета по доле рынка и завоевание лидерства по показателям качества.

Обеспечение выживаемости предприятия нами рассматривается с позиции необходимости безубыточности реализации сложившегося ассортимента товаров и возможности обеспечения самоокупаемости текущих затрат. Обеспечение требуемого размера торговой надбавки осуществляется с учетом нейтрализации влияния инфляционного фактора, т. е. включением в состав надбавки издержек обращения и инфляционной рентабельности, рассчитанной по формуле (1) с учетом плановой безубыточности реализации:

$$TN = IO + IP + ННП, \quad (2)$$

где  $TN$  — торговая надбавка;  $IP$  — инфляционная рентабельность;  $ННП$  — налоги и неналоговые платежи, уплачиваемые из валового дохода.

Рассчитанный по формуле (2) средний размер торговой надбавки в 2000г. превысил фактический по Улуковскому розничному кооперативному предприятию на 1,47 %, Урицкому — 6,56, Марковичскому — на 4,31 %. По Гомельскому и Терюхскому предприятиям расчетный размер торговой надбав-

ки ниже сложившегося на 0,81 и 1,34 %, что обусловлено наличием прибыли от реализации товаров в размере 0,86 и 1,11 % к обороту соответственно.

Специфика государственного регулирования предельных размеров торговых надбавок на товары социальной направленности и остальные позволила использовать обозначенные группы в качестве основы для расчета критической доли в розничном товарообороте товаров социальной направленности с ограниченными торговыми надбавками, которая определяется с использованием разработанной автором программы и служит основой для принятия соответствующих управленческих решений по сбалансированию ассортимента реализуемой продукции и рационализации схем товародвижения.

Получение целевого размера прибыли рассматривается как стратегическая задача предприятия на любой фазе экономического цикла. Реализация данной цели требует определения необходимого размера прибыли, оптимальное значение которого в соответствии с общепринятым в мировой практике эталоном, наряду со сведениями о рентабельности деятельности конкурирующих организаций, соответствует среднему размеру банковского процента, выплачиваемого по депозитным вкладам. С учетом особенностей деятельности торговых предприятий потребительской кооперации и ее социальной функции допускаем корректировку его размера в сторону снижения. Таким образом, в состав торговой надбавки нами включены издержки обращения, целевая прибыль и инфляционная прибыль, нейтрализующая воздействие роста цен:

$$ТН = ИО + Р + ИР + ННП. \quad (3)$$

В 2000 г. с учетом средней ставки банковского процента по депозитным вкладам равной 90 %, расчетная рентабельность по розничным кооперативным предприятиям составила: 5,88 % — по Улуковскому, 7,96 — Урицкому, 5,7 — Гомельскому, 5,11 — Терюхскому и 7,63 % — по Марковичскому, что, соответственно, на 6,09 %, 10,36, 4,84, 4 и 9,1 % выше фактической. Отсюда следует, что размер торговой надбавки с учетом расчетной рентабельности, скорректированной на товарооборачиваемость, должен был превысить фактический по Улуковскому предприятию на 14,14 % (37,24 % – 23,1 %), Урицкому — 26,14 (49,7 % – 23,56 %), Гомельскому — на 10,91 % (33,7 % – 22,79 %), Терюхскому — на 9 % (31,7 % – 22,7 %) и по Марковичскому — на 22,1 % (45,2 % – 23,1 %).

Обоснование торговой надбавки для сохранения и повышения конкурентоспособности и соответствующей доли рынка базируется на изучении товарно-групповой издержкоемкости и необходимости управления затратами с учетом возможной их экономии за счет расширения размеров деятельности торговых предприятий, реализации большего разнообразия товаров и услуг и ускорения их оборачиваемости.

Обоснование торговой надбавки с учетом качества предоставляемых услуг базируется на корректировке сложившегося размера торговой надбавки на

индекс обобщающего коэффициента качества торговых услуг ( $I_{кк}$ ), определяемого с учетом его соответствия «эталонному» значению:

$$TH = (ИО + P + ИР + ННП) \cdot I_{кк} . \quad (4)$$

Проверка разработанных методик экономического обоснования торговых надбавок на конкретных эмпирических материалах торговых предприятий подтвердила необходимость их внедрения и существенную роль в повышении эффективности торговой деятельности в нынешних условиях хозяйствования.

Использование предложенных моделей может также стать одним из направлений совершенствования государственного регулирования ценовой политики предприятий торговой отрасли, позволяющих создать условия для повышения эффективности их функционирования.

В диссертации разработана матрица соответствия целей функционирования торговых предприятий и политики государства по отношению к отрасли в вопросах ценообразования в зависимости от фазы экономического цикла, позволяющая повысить объективность методов и способов государственного регулирования ценовой политики торговых предприятий и обоснованность требуемых продавцу торговых надбавок.

Ныне проводимая политика ограничения торговых надбавок преследует цель сокращения затрат на самих торговых предприятиях. В диссертации обосновывается актуальность изыскания новых возможностей повышения прибыльности и финансовой устойчивости предприятий, одной из которых является пересмотр политики государства по отношению к отрасли.

Анализ финансовых результатов позволил определить границы зоны риска деятельности розничных кооперативных предприятий, которые находятся в интервале между точкой минимальной расчетной прибыли и точкой критической величины доходности, т. е. возможные потери определяются в интервале от расчетной суммы прибыли до критической величины доходности (рис.3).

В рамках соответствующих зон риска определена целесообразность допустимого вмешательства государства в процессы ценообразования. Таковой является точка безубыточности. Таким образом, максимально допустимый размер ограничения торговой надбавки должен обеспечивать покрытие затрат торгового предприятия, уплату налогов и неналоговых платежей и получение инфляционной прибыли.

Вместе с тем, практика регулирования торговых надбавок сориентирована не на среднюю надбавку, а на определение ее предельной величины по различным товарным группам.

В диссертации допускается, что в условиях переходной экономики с учетом необходимости поддержки малообеспеченных слоев населения установление предельных торговых надбавок может быть оправдано только по товарам социальной направленности.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследование направлений совершенствования ценообразования на услуги торговли позволяет обосновать следующие выводы и разработать практические рекомендации:

1. Торговая надбавка рассматривается как воспроизводственная категория, характеризующая цену торговых услуг по доведению и реализации товара потребителю, обладающая стоимостью и потребительной стоимостью. Понимание сущности торговли позволяет исследовать специфику проявления учетной, распределительной, стимулирующей и балансирующей функций цены торговых услуг, а также выделить дополнительную функцию надбавки как носителя информации обратной связи «потребитель — торговое предприятие — производитель», позволяющую объективно оценить потребность в торговой услуге и ее стоимость [1, 6, 8].

2. В качестве стоимостной категории цена услуг, которые оказывает торговля при реализации товаров населению, на практике самостоятельно не функционирует, а включается в розничную цену товара в виде одного из ее элементов. В связи с тем, что розничные цены опосредствуют реальные доходы населения, определяют уровень и структуру потребления различных групп и слоев населения, они подвергаются достаточно жесткому регулированию со стороны государства. Это существенно сужает диапазон возможностей формирования ценовой политики розничного предприятия и воздействует на результативность его функционирования. Проведенное исследование показало, что размер торговой надбавки ориентирован на покрытие текущих затрат, но не выдерживает требования достаточности для воспроизводства торговой отрасли, тем более расширенного [3, 4, 7].

3. Разработанная методика оценки политики государственного регулирования торговых надбавок и ее влияния на экономические результаты деятельности предприятий торговли, проводимая по двум взаимообусловленным направлениям (с позиции достижения социальных результатов и экономических последствий для развития отрасли), а также предлагаемая по итогам исследования модель оценки воздействия государственного регулирования розничных цен и торговых надбавок дают возможность целенаправленно и предметно с использованием количественных показателей выявить позитивные и негативные последствия такого участия и выработать направления повышения результативности торгового предприятия [4, 5, 7].

4. Предлагаемая методика оценки влияния ценовых и инфляционных факторов на прибыльность предприятий торговли, базирующаяся на использовании формирующих прибыль факторов — валового дохода и издержек обращения, и адаптированные на ее основе методы формирования торговых надбавок позволяют учитывать инфляционные процессы на стадии заключения хозяйственных договоров и обеспечивают достижение различных целей торговых предприятий.

Обеспечение выживаемости предусматривает самокупаемость теку-

щих затрат и безубыточность реализации сложившегося ассортимента товаров. С учетом различных подходов к установлению предельных торговых надбавок на товары социальной направленности и иные, данные группы товаров предложены как исходные для расчета критического объема продаж товаров социальной направленности, а разработанная модель расчета позволяет решить комплекс задач управления ассортиментом реализуемых товаров и рационализации товародвижения.

Для обоснования цены торговых услуг с учетом достижения целевой прибыли предложен метод, в основе которого в качестве отправной точки отсчета используется средняя депозитная ставка. Особое внимание уделено мерам антиинфляционной защиты прибыльности торгового предприятия.

Реализация цели обеспечения приоритета по доле рынка с позиции обоснования торговой надбавки базируется на возможности снижения издержек обращения, обусловленной экономией на масштабе деятельности, на охвате, либо той и другой в совокупности. Информация подобного рода позволяет также добиться ряда существенных преимуществ при обосновании выбора типов магазинов, прогнозировании и планировании объема и структуры реализуемых товарооборота.

Обоснование торговой надбавки для достижения цели завоевания лидерства по показателям качества осуществляется с учетом поправочного коэффициента качества предоставляемых услуг. Использование предлагаемых подходов обеспечивает развитие предприятий торговли и способствует принятию более эффективных управленческих решений [2, 4, 8, 9, 10].

5. Проведенное исследование позволило обосновать и рекомендовать практике направления совершенствования государственного регулирования розничных цен и торговых надбавок на основе определения социально и экономически оправданного влияния на ценовую политику торговых предприятий. Предложенные рекомендации позволяют определить границы зоны риска их функционирования, которые находятся в интервале между точкой минимальной расчетной прибыли и точкой критической величины доходности. В рамках соответствующих зон риска определена целесообразность допустимого вмешательства государства в процессы ценообразования, параметры оптимальности которого находятся в пределах точки безубыточности, и максимально допустимый размер ограничения средней торговой надбавки, обеспечивающий покрытие затрат торгового предприятия, уплату налогов и неналоговых платежей и получение инфляционной прибыли [2, 4, 7, 8].

Таким образом, разработанная в результате исследования методика воздействия ценовых и инфляционных факторов на прибыльность предприятий торговли и адаптированные на ее основе методы формирования торговых надбавок могут быть положены в основу стратегии и тактики управления кооперативной торговлей. Это существенно снижает риск при достижении целевой прибыли, обусловленный происходящими инфляционными процессами, и позволяет добиться более соответствующей сложившимся условиям ценовой политики государства по отношению к отрасли.

## СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ

1. Белова С. О. Торговая надбавка — цена торговых услуг // Вестн. Бел. гос. экон. ун-та. — 1998. — № 1. — С. 77–80.
2. Белова С. О. Обоснование предельного размера торговых надбавок // Вестн. Бел. гос. экон. ун-та. — 1999. — № 3. — С. 48–55.
3. Белова С. О. Необходимость и цели государственного регулирования цен в Республике Беларусь // Проблемы рыночной экономики: Материалы междунар. науч.-практ. конф.: В 2 ч. / Гомельский гос. ун-т им. Ф. Скорины. — Гомель, 1997. — Ч.1. — С. 73–81.
4. Белова С. О. Направления совершенствования механизма экономического обоснования торговых надбавок // Потребительская кооперация Республики Беларусь накануне XIV съезда: Сб. науч. работ участников междууз. науч.-практ. конф.: В 2 ч. / Гомельский кооп. ин-т. — Гомель, 1999. — Ч. 2. — С. 167–171.
5. Белова С. О. Государственное регулирование торговых надбавок и его воздействие на экономические результаты деятельности предприятий торговли // Проблемы совершенствования политической системы Беларуси на рубеже XX–XXI веков: Материалы науч.-практ. конф. / Брестский гос. техн. ун-т. — Брест, 2001. — С. 208–215.
6. Белова С. О. Принципы построения системы цен в переходный период // Тез. докл. междууз. конф. / Гомельский кооп. ин-т. — Гомель, 1997. — С. 43–44.
7. Белова С. О. К вопросу о практике государственного регулирования цен и торговых надбавок в Республике Беларусь // Тез. докл. респ. науч.-практ. конф., Минск, 11–12 дек. 1997 г. / Бел. гос. экон. ун-т. — Минск, 1998. — С. 31–32.
8. Белова С. О. Торговые надбавки в потребительской кооперации // Проблемы маркетинга и менеджмента в условиях трансформации экономики: Тез. докл. междунар. науч.-практ. конф., Минск, май 1998 г. / Бел. гос. экон. ун-т. — Минск, 1998. — С. 28–29.
9. Белова С. О. К вопросу воздействия цен и торговых надбавок на результаты работы торгового предприятия // Тез. докл. респ. науч. студ. конф., Гомель, 18–21 апр. 2000 г. / Гомельский кооп. ин-т. — Гомель, 2000. — С. 104–106.
10. Белова С. О. Управление ценовой политикой торгового предприятия // Тез. докл. междунар. науч.-практ. конф., Минск, 24 – 25 мая 2001 г. / Бел. гос. экон. ун-т. — Минск, 2001. — С. 33–34.



## РЕЗЮМЕ

Белова Светлана Олеговна

### **Совершенствование ценообразования на услуги торговли в переходной экономике**

**Ключевые слова:** потребительская кооперация, цена, ценообразование, механизм ценообразования, услуга торговли, торговая надбавка, инфляция, методы и способы государственного регулирования, переходная экономика, совершенствование ценообразования, прибыльность.

**Объект и предмет исследования.** Объектом исследования является деятельность предприятий районных потребительских обществ Гомельского облпотребсоюза. Предметом исследования выступают механизм ценообразования, социально-экономические условия и практические проблемы его реализации на предприятиях торговли, методические подходы к его совершенствованию.

**Цель исследования** — разработка теоретических подходов и практических рекомендаций по совершенствованию ценообразования на услуги торговли.

**Основные методы исследования** — системный анализ и синтез, группировка и сравнение, методы формализации экономических процессов и их оптимизации, научная абстракция и экономико-математическое моделирование.

К наиболее значимым результатам, имеющим **научную новизну**, относятся: разработанная методика оценки воздействия ценовых и инфляционных факторов на прибыльность предприятий торговли; адаптированные к условиям переходной экономики методы формирования торговых надбавок; методика количественной оценки государственного регулирования торговых надбавок и розничных цен, позволяющая обосновать экономические меры возможного государственного регулирования торговых надбавок и определить целесообразность допустимого воздействия государства на процессы ценообразования; разработанная модель расчета критической доли в розничном товарообороте товаров социальной направленности с ограниченными торговыми надбавками; конкретизированное определение понятия и дополненный перечень функций цены торговых услуг.

**Область применения.** Результаты исследования приняты к внедрению Белкоопсоюзом, отделом цен Гомельского облисполкома, ООО «Интеркабель», а также в учебный процесс Учреждения образования «Гомельский кооперативный институт» Белкоопсоюза. Исследование может рассматриваться в качестве интеллектуального продукта и использоваться в практической деятельности торговых организаций и предприятий иных рыночных структур, в учебном процессе высших учебных заведений экономического профиля.

## РЭЗЮМЕ

### Бялова Святлана Алегаўна

#### Удасканаленне цэнаўтварэння на паслугі гандлю ў пераходнай эканаміцы

**Ключавыя словы:** спажывецкая кааперацыя, цана, цэнаўтварэнне, механізм цэнаўтварэння, паслуга гандлю, гандлевая надбаўка, інфляцыя, метады і спосабы дзяржаўнага рэгулявання, пераходная эканоміка, удасканаленне цэнаўтварэння, прыбытковасць.

**Аб'ект і прадмет даследавання.** Аб'ектам даследавання з'яўляецца дзейнасць прадпрыемстваў раенных спажывецкіх таварыстваў Гомельскага аблспажыўсаюза. Прадметам даследавання выступаюць механізм цэнаўтварэння, сацыяльна-эканамічныя ўмовы і практычныя праблемы яго рэалізацыі на прадпрыемствах гандлю, метадычныя падыходы да яго ўдасканалення.

**Мэта даследавання** — распрацоўка тэарэтычных падыходаў і практычных рэкамендацый па ўдасканаленню цэнаўтварэння на паслугі гандлю.

**Асноўныя метады даследавання** — сістэмны аналіз і сінтэз, групоўка і параўнанне, метады фармалізацыі эканамічных працэсаў і іх аптымізацыі, навуковая абстракцыя і эканоміка-матэматычнае мадэляванне.

Да найбольш значных вынікаў, якія маюць **навуковую навізну**, адносяцца: распрацаваная методыка ацэнкі ўздзеяння цэнавых і інфляцыйных фактараў на прыбытковасць прадпрыемстваў гандлю; адаптаваныя да ўмоў пераходнай эканомікі метады фарміравання гандлевых надбавак; методыка якаснай ацэнкі дзяржаўнага рэгулявання гандлевых надбавак і рознічных цэн, якая дазваляе абгрунтаваць эканамічныя меры магчымага дзяржаўнага рэгулявання гандлевых надбавак і вызначыць мэтазгоднасць дапушчальнага ўздзеяння дзяржавы на працэсы цэнаўтварэння; распрацаваная мадэль разліку крытычнай долі ў рознічным таварааборце тавараў сацыяльнага накірунку з абмежаванымі гандлевымі надбаўкамі; канкрэтызаванае вызначэнне паняцця і дапоўнены пералік функцый цаны гандлевых паслуг.

**Вобласць прымянення.** Вынікі даследавання прыняты да ўкаранення Белкаапсаюзам, аддзелам цэн Гомельскага аблвыканкама, ТАА “Інтеркабель”, а таксама ў вучэбны працэс Установы адукацыі “Гомельскі кааператыўны інстытут” Белкаапсаюза. Даследаванне можа разглядацца ў якасці інтэлектуальнага прадукту і выкарыстоўвацца ў практычнай дзейнасці гандлевых арганізацый і прадпрыемстваў іншых рыначных структур, у вучэбным працэсе вышэйшых навучальных устаноў эканамічнага профілю.

## THE RESUME

Belova Svetlana Olegovna

### Perfecting of pricing on services of trade in transient economics

**Key words:** consumers cooperative society, price, pricing, gear of pricing, service of trade, trade extra charge, inflation, methods and ways of state regulation, transient economics, perfecting of pricing, profitability.

**Object and subject of research.** Object of research is the activity of firms of district consumer companies of the Gomel regional consumer union. By an object of research the social and economic conditions and practical problems of its implementation on trading enterprises, methodical approaches to its perfecting act the gear of pricing.

**The purpose** of research -- is the development of the theoretical approaches and practical guidelines on perfecting pricing on services of trade.

**The basic methods of research** -- are systematic analysis and synthesis, grouping and matching, methods of formalising of economical processes and their optimizations, scientific abstraction and economic-mathematical simulation.

The most significant outcomes having **scientific novelty** are: developed technique of an estimation of effect of the price and inflationary factors on profitability of trading enterprises; adapted to conditions of transient economics methods of formation of the trade extra charges: a technique of a quantitative assessment of state regulation of the trade extra charges and retail prices permitting to justify economical measures of possible state regulation of the trade extra charges and to determine expediency of permissible effect of the state on processes of pricing; developed economic-mathematical model of calculation of a critical share in a retail turnover of the goods of a social directivity with the restricted trade extra charges; the rendered concrete definition of concept and supplemented list of functions of the price of trade services.

**The field of application.** The results of the research have been accepted to introduction by Belcoopsoyz, prices department of Gomel regional executive committee, ltd "Intercable", and also in educational process of Entity of formation " Gomel cooperative Institute " of Belcoopsoyz. The research can be considered as an intellectual product and be used in practical activity of trade organizations and firms of diverse market frames, in educational process of higher educational establishments of an economic profile.

Научное издание

Белова Светлана Олеговна

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА УСЛУГИ  
ТОРГОВЛИ В ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКЕ  
(на примере потребительской кооперации)**

08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством

Автореферат диссертации  
на соискание ученой степени кандидата экономических наук

Сдано в набор 3.09.2001. Подписано в печать 4.09.2001.  
Формат 60x90 1/16. Бумага тип. №1. Гарнитура Таймс.  
Усл. печ. л. 1,16 Уч.-изд. л. 1,5. Тираж 100 экз. Заказ № 865

Отпечатано на «Ризографе» Учреждения образования «Гомельский  
кооперативный институт» Белкоопсоюза.  
Лицензия ЛП № 112 от 25.05.01.  
246029, г. Гомель, просп. Октября, 50.