

информацией о финансово-хозяйственной деятельности предприятий; создание эффективного механизма управления на предприятиях.

Среди форм и методов государственной поддержки реформирования предприятий можно назвать:

1) определение четких требований, предъявляемых предприятиям, включая отсутствие текущей задолженности по уплате налогов, снижение неденежных форм расчетов вплоть до полного отказа от бартерных операций, наличие на предприятиях бизнес-планов на долгосрочную перспективу;

2) разработку комплекса мероприятий по стимулированию предприятий, которые выполняют все требования;

3) создание условий для реформирования предприятий, таких как повышение ответственности руководителей за принимаемые управленческие решения, за сокрытие от участников информации о сделках с организациями и финансово-хозяйственной деятельности; организация подготовки и переподготовки руководителей и специалистов предприятий и аккредитация учебных заведений, занимающихся этими вопросами; ускорение передачи объектов социально-культурного назначения, находящихся на балансах предприятий, в ведение органов местного самоуправления и др.

Результатом проводимых реформ должно стать улучшение управления и повышение эффективности деятельности предприятий.

А.А. Коган, преподаватель

БНТУ (Минск)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ТОВАРЫ ДЛИТЕЛЬНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ

Совершая дорогостоящую покупку, потребитель стремится к максимальному удовлетворению своих потребностей. Товар для потребителя тем ценнее, чем выше полезный эффект от покупки на единицу полных затрат. Полезный эффект (уровень качества товара) представляет собой степень соответствия потребительских свойств товара требованиям потребителей, таких как функциональность, дизайн, цвет, престиж, срок и доступность гарантийного и сервисного обслуживания и др. Потребитель сравнивает ценность для себя нового товара с ценностью наилучшего образца, представленного на рынке. Цена нового товара, таким образом, будет прямо пропорциональна уровню качества нового изделия по сравнению с базовым

$$C_{\text{н}} = C_{\text{б}} \cdot УК_{\text{н,б}}$$

где $C_{\text{н}}$ и $C_{\text{б}}$ — цена нового и базового изделий соответственно; $УК_{\text{н,б}}$ — уровень качества нового изделия относительно базового.

Равноэффективной ценой (ценой безразличия) нового изделия $\Pi_{\text{нрв}}$ по отношению к цене наилучшего образца является такая цена, при которой величина полезного эффекта на единицу полных годовых затрат одинакова у обоих изделий. Полные годовые затраты включают в себя альтернативные затраты приобретения товара, а также годовые эксплуатационные затраты:

$$\frac{\sum_{i=1}^n B_{\text{бл}} \cdot K_{\text{стl}}^{\text{бл}}}{I_{\text{б}} + \Pi_{\text{б}} / T_{\text{б}} + E_{\text{д}} \cdot (\Pi_{\text{б}} + K_{\text{б}})} = \frac{\sum_{i=1}^n B_{\text{нл}} \cdot K_{\text{стl}}^{\text{нл}}}{I_{\text{н}} + \Pi_{\text{нрв}} / T_{\text{н}} + E_{\text{д}} \cdot (\Pi_{\text{нрв}} + K_{\text{н}})} \Rightarrow$$

$$\Pi_{\text{нрв}} = \frac{1}{\frac{1}{T_{\text{н}}} + E_{\text{д}}} \cdot \frac{\sum_{i=1}^n B_{\text{нл}} \cdot K_{\text{стl}}^{\text{нл}}}{\sum_{i=1}^n B_{\text{бл}} \cdot K_{\text{стl}}^{\text{бл}}} \cdot (\Pi_{\text{б}} \cdot (\frac{1}{T_{\text{б}}} + E_{\text{д}}) + I_{\text{б}} + E_{\text{д}} \cdot K_{\text{б}}) - I_{\text{н}} - E_{\text{д}} \cdot K_{\text{н}},$$

где $T_{\text{н}}$, $T_{\text{б}}$ — срок службы нового и базового изделий соответственно, лет; $E_{\text{д}}$ — процентная ставка; $B_{\text{нл}}$, $B_{\text{бл}}$ — экспертные оценки i -й потребительской характеристики, влияющей на потребительскую ценность, нового и базового изделий соответственно, балл; $K_{\text{стl}}^{\text{бл}}$ — стоимостный коэффициент весомости i -й потребительской характеристики, тыс.р./балл; n — количество потребительских характеристик; $\Pi_{\text{б}}$ — цена базового изделия, тыс. р.; $I_{\text{н}}$, $I_{\text{б}}$ — годовые издержки потребителя на эксплуатацию оцениваемого и базового изделий соответственно, тыс.р.; $K_{\text{н}}$, $K_{\text{б}}$ — сопутствующие капитальные вложения потребителя, связанные с приобретением оцениваемого и базового изделий соответственно, тыс.р.

Отличие этой формулы от предложенных ранее состоит в том, что полезный эффект рассчитывается не по одному основному параметру, а по всем, представляющим интерес для потребителей, параметрам. Целесообразность такого подхода объясняется тем, что второстепенные и незначительные параметры очень многочисленны и в силу этого оказывают существенное влияние на выбор потребителя, поэтому они должны быть учтены при расчете эффективности наряду с основными характеристиками.

В настоящее время на рынке бытовых холодильников в Минске довольно широко представлена продукция торговых марок «Индезит», «Стинол» и «Атлант». Цены на аналогичные модели разных фирм находятся примерно на одном уровне, однако по потребительским характеристикам модели разнятся. Анализ показал, что цены на модели МХМ 1704-00 и МХМ 1704-01 не соответствуют их потребительским характеристикам по сравнению с моделью «Индезит С138NFG». Для того чтобы модели ПО «Атлант» были конкурентоспособны на рынке, их цена не должна превышать равноэффективной цены, которая оказалась на 20—30 % ниже фактической. Но это не выход. Анализ коэффициента эластичности равноэффективной цены по основным потребительским характеристикам показал, что наибольшее влияние на нее оказывают срок службы ($K_{\text{эл}}=0,3$), потребление электроэнергии (0,18), дизайн (0,17), престиж (0,14) и вес (0,11) холодильника. Именно на этих характеристиках должен сконцентрироваться производитель, чтобы повысить конкурентоспособность своей продукции.