

К ВОПРОСУ ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Торговые предприятия Беларуси действуют в условиях достаточно жесткого регулирования процесса формирования торговых надбавок. Государством определены максимальные торговые надбавки (30 % к цене производителя или первого импортера независимо от количества участвующих посредников) практически на 100 % товаров народного потребления. По некоторым же (социально значимые товары) уровень торговой надбавки ограничен и на более низком уровне (10—15 %). В этих условиях предприятия розничной торговли крайне заинтересованы в повышении эффективности ценообразования на реализуемые товары. В то же время процесс формирования торговых надбавок на предприятиях в достаточной мере унифицирован. Более того, можно говорить о характерной для большинства торговых фирм схеме принятия решений о ценах. В целом она выглядит следующим образом.

1. Формированием торговых надбавок в подавляющем большинстве случаев занимаются товароведы предприятия, курирующие соответствующие группы товаров. В то же время они могут обладать достаточным для этого опытом, но не всегда достаточным образованием. Курс ценообразования не является профилирующим при подготовке специалистов данной квалификации.

2. Экономисты цен на розничных предприятиях занимаются главным образом вопросами отслеживания и доведения до непосредственных исполнителей изменений в нормативно-правовой базе, дооценкой и переоценкой, другими аспектами, связанными с соблюдением действующего законодательства и лишь опосредованно связаны с процессом формирования торговых надбавок на конкретные товары и товарные группы.

3. В условиях розничной торговли РБ в большинстве случаев невозможно говорить о целенаправленной ценовой политике торгового предприятия. Конкурентная борьба в области ценообразования носит невыраженный характер, а зачастую и вообще не прослеживается. На многие товары существуют идентичные цены в различных предприятиях, что обуславливается установлением максимально-возможной торговой надбавки на подавляющем большинстве торговых предприятий.

4. Анализ эффективности ценообразования проводится непосредственно товароведами и как правило единственным критерием служит товарооборачиваемость товарных запасов (или их объем). В то же время показатели издержкоемкости, удельной прибыли, коммерческой маржи по реализации отдельного товара (группы товаров) не исчисляются вообще.

5. Затруднена, а порой и вообще отсутствует оперативная связь между планово-экономической службой предприятия и торгово-коммерческими отделами. Во-первых потому, что проводимый первыми анализ не носит достаточно оперативного характера, а во-вторых потому, что не выработаны критерии эффективности ценообразования.

Предприятиями розничной торговли РБ в значительно большей мере практикуется предоставление сезонных или временных скидок, нежели непосредственно установление торговых надбавок на более низком, чем

максимально возможный, уровне. Соответственно можно констатировать тот факт, что в настоящее время в розничной торговле республики акцент в проведении ценовой политики как совокупности подходов к процессу формирования торговых надбавок вообще делается на тактических ценовых мероприятиях в ущерб действиям стратегическим, направленным на достижение долгосрочных целей. Кроме того, можно отметить и то, что многие предприятия розничной торговли не определяют свои маркетинговые цели в целом и цели ценовой политики в частности, что в совокупности делает невозможным проведение эффективной антикризисной программы.

*Н.А. Ефимова, О.П. Ефимова
БГЭУ (Минск)*

ЭФФЕКТ ОПЕРАЦИОННОГО РЫЧАГА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ПРИБЫЛИ

Одним из основных факторов, влияющих на величину прибыли, является товарооборот; его изменение влечет за собой изменение прибыли. Иногда наблюдается такая ситуация, когда изменение товарооборота вызывает еще более сильное изменение прибыли. Это явление называется эффектом производственного (операционного) рычага. Чаще всего более высокие темпы роста прибыли по сравнению с темпами роста товарооборота возникают за счет экономии на постоянных издержках.

Суть экономии на постоянных издержках заключается в том, что при росте товарооборота переменные затраты растут пропорционально и, как правило, при этом не меняется их доля (удельный вес) в выручке. Постоянные затраты до определенных пределов не зависят от размера выручки и при росте товарооборота доля постоянных затрат уменьшается. Использовать экономию на постоянных издержках можно до определенного предела, когда мы сталкиваемся с тем, что нельзя увеличивать товарооборот, не увеличивая постоянные расходы. Эффект операционного рычага позволяет просчитать последствия увеличения постоянных расходов и использовать их как фактор повышения прибыли.

Экономический смысл эффекта операционного рычага заключается в том, что при определенной доле постоянных издержек рост товарооборота на 1 % вызывает прогрессивный рост прибыли. Величину прироста прибыли показывает сила воздействия операционного рычага, рассчитанная по данным предыдущего периода. В практических расчетах для определения силы воздействия производственного рычага применяют отношение результата от реализации после возмещения переменных затрат к прибыли.

Результат от реализации после возмещения переменных затрат представляет собой разницу между товарооборотом и переменными затратами. Этот показатель в экономической литературе обозначается также как сумма покрытия. Желательно, чтобы результата от реализации после возмещения переменных затрат хватало не только на покрытие постоянных затрат, но и на формирование прибыли.

При использовании операционного рычага необходимо учитывать:

- если деятельность предприятия в планируемом периоде приводит не к увеличению, а к снижению товарооборота, то темп снижения прибыли будет более высоким по сравнению с темпом снижения товарооборота;