

Еще один недостаток существующей системы ценообразования. Это длительный механизм согласования отпускных цен на строительную продукцию. В ситуации, когда предприятие из-за нехватки отечественных ресурсов вынуждено закупать их у посредников или в ближнем зарубежье, оказывается в затруднительном положении: с одной стороны, существуют предельные индексы изменения отпускных цен для производителей продукции и услуг, с другой — значительно возросшая, с учетом импортного сырья, реально складывающаяся отпускная цена. В результате, за время согласования отпускных цен (а это в среднем полмесяца) предприятие покрывает “обоснованное” завышение себестоимости за счет собственной прибыли.

В данной ситуации необходимо предоставить возможность предприятиям самостоятельно устанавливать отпускную цену на продукцию, выпускаемую с использованием импортного сырья, возложив ответственность за обоснованное изменение отпускных цен на руководителей предприятия. Данная мера устранит существующее в настоящее время запаздывание в механизме согласования отпускных цен, не снизив стимула к дальнейшему поиску предприятиями путей снижения затрат на производство строительной продукции.

*Е.Б. Крупкова,
БГТУ (Минск)*

АНАЛИЗ АДАПТИВНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

На современном этапе развития экономических отношений в Республике Беларусь актуальным является совершенствование методов ценообразования, обеспечивающих максимально возможный учет многочисленных объективных и субъективных факторов, действующих как на макро-, так и на микроуровнях. Цена должна быть оптимальной, то есть способствовать достижению стратегических и тактических целей развития предприятия, и обеспечивать более полное соответствие спроса и предложения.

Оптимальность цены для целей предприятия проверяется в процессе имитационного моделирования. Его сущность заключается в построении математической, графической или другой модели деятельности предприятия с учетом внутренних и внешних факторов, в исследовании воздействия их изменений на величину цены. В частности, если фирма в качестве стратегической цели желает максимизировать прибыль, то в функцию ее зависимости от цены подставляются различные альтернативные уровни цен на конкретную продукцию. Эта функция определяется на основе практических данных. В результате сопоставления различных вариантов выбирается такое значение цены, при которой прибыль будет максимальной.

Адаптивное ценообразование может быть описано с помощью следующей математической модели:

$$P_{opt} = F(X_n); \quad n=1...i, \quad (1)$$

где P_{opt} — оптимальная цена; $F(X_n)$ — функция зависимости цены от ценообразующих факторов; X_n — совокупность конкретных ценообразующих факторов.

Для нахождения зависимости используется корреляционно-регрессионный анализ, статистические, экономико-математические, экспертные и другие методы. Определение функции зависимости цены от комплекса ценообразующих факторов целесообразно проводить в такой последовательности:

1) подбор и подготовка к анализу максимального числа факторов, прямо и косвенно влияющих на цену конкретного товара на исследуемом рынке в данный период времени;

2) анализ степени влияния каждого из выбранных факторов на результаты работы фирмы. Для монополиста, к примеру, фактор конкуренции не будет настолько значимым, как для участников высококонкурентного рынка. В зависимости от целей и стратегии предприятия можно также использовать показатели объема прибыли, уровня рентабельности, объема продаж и др.;

3) отбор наиболее значимых факторов;

4) расчет цены;

5) моделирование хозяйственной ситуации;

6) корректировка цены в зависимости от результатов моделирования и стратегии поведения предприятия на данном рынке;

7) предварительный анализ и прогноз обратной реакции рынка на введение новой цены для целей дальнейшего совершенствования модели адаптивного ценообразования.

Предлагаемая модель расчета оптимальной цены не предусматривает наличие четкой и фиксированной зависимости от однажды выявленных факторов. Условием эффективности представленной модели является ее постоянное использование для корректировки как самой цены, так и факторов, ее определяющих. При необходимости в модель могут быть включены новые и исключены малозначимые факторы. Достоверность полученных результатов повышается за счет использования тренда, включающего расчет изменения цены во времени от совместного воздействия неучтенных ранее факторов.

Факторы, оказывающие непосредственное влияние на цену, делятся на внешние и внутренние. В отличие от внешних внутренние факторы определяются деятельностью предприятия.

К *внутренним* факторам относятся основные фонды, оборотные средства, технологический уровень производства, структура управления, реклама, квалификация персонала, форма собственности предприятия, сырьевая база, объемы складских запасов, организация производственного процесса и сбытовой деятельности, состояние расчетов и др.

Внешние факторы ценообразования – это государственное и общественное его регулирование, конкуренты, поставщики, покупатели, участники каналов товародвижения и др.

Таким образом, система адаптивного ценообразования основана на использовании комплекса факторов, воздействующих на цену товара в динамике, и учитывает действие обратных связей. Она построена на

принципе оптимальности для предприятий и отраслей и подтверждается в процессе имитационного моделирования хозяйственной ситуации.

Преимуществом адаптивного метода ценообразования является учет влияния значительного числа факторов в процессе расчета цены. Это позволяет сделать цену более обоснованной, но значительно усложняет процесс ее определения. Применение адаптивного ценообразования на предприятии требует большой подготовительной работы по сбору и обработке маркетинговой информации, высокой квалификации исполнителей, использования современных прогрессивных методов управления и организации производственно-хозяйственной и коммерческой деятельности.

Обработка данных должна производиться при помощи высококлассных специализированных программ. Корректировку цены следует осуществлять ежедневно. Подход к формированию оптимальной цены должен быть не столько строго математическим, сколько творческим. Анализируемый метод формирования цены позволяет также учитывать разнообразные обратные связи в экономике, особенно на уровне предприятий и отраслей, создает условия для приспособления, а д а п т а ц и и цены к динамично изменяющимся характеристикам рынка.

Е.В.Ильющенко, В.В.Кожарский,
БГЭУ (Минск)

АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФОНДА ПОТРЕБЛЕНИЯ

В последнее время произошли существенные изменения в содержании средств на оплату труда в себестоимости продукции (работ, услуг), на материальное поощрение и социальные льготы из прибыли, оставшейся в распоряжении предприятия после ее распределения. Так, в фонд оплаты труда стали включаться все премии работникам предприятия за производственные результаты, за изобретательство и рационализацию, за освоение и внедрение новой техники и другие виды премий, которые раньше выплачивались за счет прибыли, а также стоимость предоставляемых коммунальных услуг, питания, проезда в транспорте и др.

Одновременно сокращен состав и размер денежных выплат, поощрений и социальных льгот за счет прибыли. С другой стороны, значительную часть составляют прочие выплаты (не входившие ранее в состав средств, направленных на потребление), расходы на выплату разницы между закупочными и продажными ценами на сельскохозяйственную продукцию, отпускаемую подсобными хозяйствами для общественного питания.

Следовательно, для повышения жизненного уровня членов трудового коллектива необходимо рациональное распределение прибыли, оставшейся в распоряжении предприятия. Возможным направлением распределения собственной прибыли и повышения заинтересованности каждому работнику предприятия по итогам года может быть открытие вклада с начислением по нему процентов. Вместо вклада могут быть выданы акции предприятия с ежегодным начислением дивидендов.