

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УДК 338.5:691(476)

ЦЫГАНКОВ АЛЕКСАНДР АЛЕКСАНДРОВИЧ

**ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ
СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ:
СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

08.00.10 — финансы, денежное обращение и кредит

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Минск – 2005

Работа выполнена в УО «Белорусский государственный экономический университет»

Научный руководитель — доктор экономических наук, профессор
Полещук И.И.,
кафедра логистики и ценовой политики,
УО «Белорусский государственный экономический университет»

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор
Киреева Е.Ф.,
кафедра налогов и налогообложения,
УО «Белорусский государственный экономический университет»

кандидат экономических наук, профессор
Приходченко О.И.,
кафедра экономической теории, Академия
управления при Президенте Республики Беларусь

Оппонирующая организация — ГНУ «Научно-исследовательский экономический институт Министерства экономики Республики Беларусь»

Защита состоится 26 октября 2005 г. в 14.30 на заседании совета по защите диссертаций Д 02.07.01 при УО «Белорусский государственный экономический университет» по адресу: 220070, Минск, просп. Партизанский, 26, ауд. 407 (1-й учеб. корп.), тел. 209-79-56.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке УО «Белорусский государственный экономический университет».

Автореферат разослан 26 сентября 2005 года.

Ученый секретарь
совета по защите диссертаций,
доктор экономических наук, профессор

Г.А. Шмарловская

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертации. Достижение положительной динамики макроэкономических показателей и некоторой стабилизации в стране в рамках реализации национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь вызывает необходимость структурной перестройки экономики и повышения эффективности функционирования промышленных предприятий, в том числе предприятий промышленности строительных материалов как одной из базовых, перспективных отраслей строительного комплекса. Исходя из опыта развитых стран, отрасли строительных материалов составляют сектор роста и развития, участвуя в создании новых и модернизации действующих предприятий, обеспечивая снижение ресурсоемкости зданий и сооружений, разрабатывая и выпуская эффективные строительные материалы.

В трансформационный период развития экономики последних лет отечественная промышленность строительных материалов испытывала серьезные трудности, вызванные деформацией спроса на строительные материалы, структурными диспропорциями, неэффективным ценообразованием, ориентированным на пассивно-затратное установление цен, отсутствием опыта и знаний в области рыночного ценообразования, неразработанностью методической базы. Попытки органов государственного управления изменить положение предприятий отрасли с помощью методов административного регулирования цен (использование нормативного метода ценообразования) и других параметров производства не привели к желаемому результату. Сегодня каждое четвертое предприятие промышленности строительных материалов является убыточным, а рентабельность реализованной продукции в 1,5 раза ниже, чем в среднем по промышленности.

В современных условиях формирования конкурентной среды и рыночной инфраструктуры необходимы новые подходы к ценообразованию, поэтому для предприятий отрасли остро встают проблемы эффективного управления затратами, обоснования уровней цен на новую и реализуемую продукцию с учетом различных рыночных факторов, методов и стратегий, принятия управленческих решений на основе рыночных цен.

Отдельные направления теории и практики ценообразования изложены в трудах западных ученых-экономистов У. Джевонса, Дж. М. Кейнса, Ф. Котлера, К. Маркса, А. Маршалла, К. Менгера, Т. Нэгла, Д. Рикардо, П. Самуэльсона, А. Смита, К. Шанка, российских экономистов В.В. Герасименко, В.Г. Евдокимовой, В.Е. Есипова, И.В. Липсица, И.К. Салимжанова, В.М. Тарасевич, Э.А. Уткина, А.Н. Цапулина, Г.Н. Чубакова, П.Н. Шуляк. В Республике Беларусь методология и практика ценообразования рассматриваются в работах таких отечественных экономистов, как Б.С. Адамович, В.К. Адашкевич, Р.П. Валевич, В.Г. Василега, Б.С. Войтешенко, А.В. Готовский, Т. Данченко, А.Г. Завьялков, Н.Е. Заяц, И.И. Полешук, О.И. Приходченко, В.М. Столпнер, В.И. Тарасов, В.В. Терешина, И.П. Трацевский, В.П. Фрунзе и др.

Признавая несомненную важность проведенных исследований и ценность полученных результатов, следует отметить, что ряд вопросов теории цены и многие прикладные аспекты ценообразования в трансформационной экономике, в том числе в промышленности строительных материалов, недостаточно проработаны. Так, открытыми применительно к современному этапу развития экономики остаются вопросы теории цены: экономическое содержание категорий «цена», «система ценообразования», ценовая стратегия и тактика, состав ценообразующих факторов. На предприятиях отсутствуют методические разработки, позволяющие решать прикладные стратегические и тактические задачи ценообразования, в числе которых планирование и прогнозирование цен с учетом качественных параметров изделий, обоснование тактических ценовых решений, нахождение оптимальных соотношений уровней цен и объемов производства продукции, позволяющих максимизировать прибыль. Таким образом, обозначенные проблемы подтверждают актуальность темы диссертации.

Связь работы с крупными научными программами, темами. Диссертационное исследование выполнялось во взаимосвязи с темами: «Разработка концепции промышленного маркетинга на предприятиях Республики Беларусь» раздел «Промышленность строительных материалов» (2000—2005); «Разработать организационно-экономический механизм ценообразования и основные направления его реализации в переходной экономике» (№ ГР 20001300, 2000—2005) государственной программы ориентированных фундаментальных исследований; научно-исследовательской хоздоговорной темой «Повышение квалификации промышленно-производственного персонала предприятия по маркетингу и совместная разработка мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности подразделений предприятия» раздел «Совершенствование ценовой политики промышленного предприятия» (2003—2004 гг., договор от 14.07.03 г. между БГЭУ и БСЗ ЗАО «Атлант»).

Цель и задачи исследования. Цель исследования — на основе изучения состояния ценообразования в отрасли разработать методологические положения и практические рекомендации по установлению, изменению, регулированию цен на строительные материалы с учетом действующих факторов, принятию эффективных управленческих решений на основе рыночных цен.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- исследовать эволюцию и раскрыть сущность цены как экономической категории посредством анализа различных научных направлений в теории цены, определить содержание и особенности системы ценообразования в трансформационной экономике Беларуси, в том числе в промышленности строительных материалов;
- обосновать необходимость активного маркетингового подхода в современном ценообразовании, выявить систему ценообразующих факторов, отражающих особенности ценообразования в период становления и развития рыночных отношений в Беларуси, а также разработать алгоритм установления цены на товар с учетом различных факторов;

- оценить влияние действующей системы ценообразования на результаты деятельности предприятий промышленности строительных материалов, а также цен строительных материалов на стоимость конечной строительной продукции с использованием «анализа цепочки ценности», построить SWOT-матрицу системы ценообразования в отрасли;

- разработать методику планирования и прогнозирования цен на строительные материалы с учетом качественных параметров на основе многофакторной регрессионной модели и осуществить прогнозные расчеты цен;

- сформулировать и обосновать методические положения, разработать алгоритм построения шкал ценовых скидок в зависимости от количества приобретаемой продукции;

- построить систему зависимостей динамики цен, объемов продаж и прибыли, позволяющую осуществлять оперативно-тактические изменения цен на продукцию предприятия соответственно меняющейся рыночной ситуации;

- разработать методику нахождения оптимального соотношения цен и объемов производства с учетом рыночных факторов, дать предложения по практической реализации методики, позволяющие максимизировать прибыль предприятия и способствующие повышению оперативности и обоснованности принимаемых управленческих решений при планировании цен, разработке товарной политики предприятия.

Объект и предмет исследования. Объектом исследования является система ценообразования и ее элементы в промышленности строительных материалов. Предмет исследования — процессы установления, изменения и регулирования цен в промышленности строительных материалов, их совершенствование на основе маркетингового подхода с учетом качественных параметров продукции и рыночных факторов в Республике Беларусь.

Методология и методы проведенного исследования. Методологической основой исследования послужили экономические законы, научные разработки зарубежных и отечественных ученых по вопросам ценообразования и управления финансово-хозяйственной деятельностью предприятия, а также базовые положения теории маркетинга и менеджмента.

В процессе проведения исследования применялись общенаучные методы познания (анализ и синтез, индукция и дедукция и др.), методы системного, ситуационного анализа, эмпирического исследования (наблюдение, сравнение), имитационного моделирования, корреляционно-регрессионный, матричный анализ, контент-анализ, логический анализ результатов, полученных на всех этапах исследования, и их обобщение. Обработка статистических данных проводилась с использованием пакета прикладных программ Microsoft Office XP.

Информационную базу составили законодательные акты и нормативные документы Министерства экономики Республики Беларусь, Министерства архитектуры и строительства Республики Беларусь, данные первичного учета субъектов хозяйствования промышленности строительных материалов, государственной отчетности предприятий о результатах производственно-хозяйст-

венной деятельности, Министерства статистики и анализа Республики Беларусь, а также сведения, собранные и систематизированные автором специально для целей настоящего исследования в аналитических и информационных изданиях.

Научная новизна и значимость полученных результатов диссертационного исследования заключается в разработке методологических положений и практических рекомендаций по установлению и изменению цен в промышленности строительных материалов, способствующих повышению эффективности функционирования предприятий отрасли.

К наиболее значимым результатам работы, содержащим элементы научной новизны, можно отнести следующие:

- научно определена «система ценообразования» с учетом изменений, происходящих в экономической системе; выявлены и классифицированы основные эндогенные и экзогенные факторы ценообразования, характерные для современного этапа становления и развития рыночных отношений в Беларуси;
- разработана методика планирования и прогнозирования цен на строительные материалы, позволяющая построить многофакторную регрессионную модель цены на строительные материалы с учетом их качественных параметров и временного инфляционного фактора. В дополнение к традиционному используемым в отрасли методам ценообразования предлагаемая методика позволяет упростить процесс планирования цен, обосновывать пропорции в ценах, осуществлять сравнительный анализ цен конкурирующих видов продукции, определять цены на новую продукцию, прогнозировать цены;
- разработана методика формирования системы ценовых скидок, базирующаяся на «анализе безубыточности» и предполагающая определение вида скидки, расчет ее максимального размера и построение шкалы скидок, упрощающей процесс адаптации цены к условиям рынка. Обоснованы практические рекомендации построения шкал ценовых скидок в зависимости от количества приобретаемой продукции;
- установлены зависимости динамики цен, объемов продаж и прибыли, позволяющие осуществлять оперативно-тактические изменения цен на продукцию предприятия и быстро реагировать на изменение рыночной ситуации, ориентируясь на достижение планируемого размера прибыли;
- обоснованы методические положения по нахождению оптимального соотношения цен и объемов производства с использованием затратного и ценностного подходов в теории цены. Предложенная экономико-математическая модель позволяет рассчитать оптимальные соотношения цен и объемов производства по выпускаемой номенклатуре продукции в соответствии с рыночной потребностью и производственными ограничениями и, таким образом, обеспечить достижение принятого в модели критерия эффективности.

Практическая (экономическая, социальная) значимость полученных результатов. Разработанные методики установления и изменения цен предназначены для использования в практике работы предприятий промышленности

строительных материалов, а также других отраслей промышленности, функционирующих в условиях рыночной экономики.

Представленные в диссертационной работе результаты получили практическую реализацию на отдельных предприятиях отрасли: ПРУП Могилевском заводе сборного железобетона № 7 (акт внедрения № 1027 от 29.06.2004 г.), ОАО «Минскжелезобетон» (акт внедрения № 169 от 29.04.2004 г.), ОАО «Белэнергострой» (акт внедрения № 294 от 29.07.2004 г.), используются в учебном процессе на кафедре промышленного маркетинга и цен УО «Белорусский государственный экономический университет» в процессе подготовки специалистов всех экономических специальностей, а именно в преподавании отдельных тем курсов «Ценообразование», «Ценообразование на рынке недвижимости», «Планирование и калькулирование себестоимости продукции», при проведении семинаров по повышению квалификации специалистов экономических служб предприятий республики.

Экономическая значимость полученных результатов диссертационного исследования состоит в следующем:

- разработанная методика планирования и прогнозирования цен на строительные материалы с учетом качественных параметров и временного инфляционного фактора позволяет повысить обоснованность принимаемых решений при установлении и прогнозировании цен, учесть в формируемых ценах качественные характеристики строительных материалов;
- разработанная методика обоснования возможного размера ценовых скидок позволяет решать тактические задачи в процессе управления хозяйственной деятельностью предприятий промышленности строительных материалов, что будет способствовать сокращению запасов готовой продукции, обеспечению загрузки производственных мощностей в периоды сезонного снижения спроса.

Социальная значимость состоит в более полном удовлетворении спроса и обеспечении потребителей качественными строительными материалами по обоснованным ценам. Это будет обеспечивать компромисс между интересами государства, предприятий и отдельных граждан республики.

Результаты исследования могут рассматриваться в качестве интеллектуального коммерческого продукта, представляющего интерес для предприятий — производителей строительных материалов и других отраслей экономики, а также органов государственного управления.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту:

1. Система ценообразования, ориентированная на эффективную работу предприятий отрасли в условиях становления и развития рыночных отношений; комплекс ценообразующих факторов, действующих на современном этапе экономического развития.
2. Методика планирования и прогнозирования цен на строительные материалы, основанная на корреляционно-регрессионном анализе и позволяющая учесть качественные параметры строительных материалов и инфляционный фактор, предполагающая определение формы связи между качественными па-

параметрами и ценой строительных материалов, корректировку параметров полученной модели в соответствии с возможным поведением ценообразующих факторов в будущем.

3. Методика формирования системы ценовых скидков предприятия с использованием «анализа безубыточности», позволяющая обосновывать возможный размер снижения цен в зависимости от количества приобретаемой продукции.

4. Система зависимостей изменения цен, объемов продаж и прибыли, позволяющая осуществлять оперативно-тактические корректировки цен и объемов выпуска продукции предприятия в соответствии с рыночной ситуацией, обеспечивая субъекту хозяйствования получение целевого размера прибыли.

5. Методика нахождения оптимального соотношения цен и объемов производства с учетом рыночных факторов, учитывающая затратный и ценностный подходы в теории цены, включающая постановку цели и формализацию целевой функции, установление ограничений, отражающих эндогенные и экзогенные факторы, и получение в итоге необходимых соотношений уровней цен и объемов производства по выпускаемой номенклатуре продукции, обеспечивающих максимизацию прибыли.

Личный вклад соискателя. Представленная работа как целостное исследование является оригинальным научным трудом, выполненным соискателем в рамках выбранной темы самостоятельно с учетом исследования и обобщения обширного теоретического, нормативного и эмпирического материала, апробации собственных разработок.

Апробация результатов диссертации. Основные положения и результаты диссертационного исследования обсуждались на научно-методических семинарах кафедры промышленного маркетинга и цен УО «Белорусский государственный экономический университет», апробированы в учебном процессе и на предприятиях промышленности строительных материалов, а также доложены на международных и республиканских научно-практических конференциях и семинарах: «Проблема стабилизации и экономического роста в Республике Беларусь» (Минск, 1999), «Теория и практика маркетинга: опыт и проблемы» (Минск, 2000), «Проблемы прогнозирования и государственного регулирования социально-экономического развития» (Минск, 2000), «Механизм функционирования национальной экономики и проблемы экономического роста» (Минск, 2001), «Опыт и проблемы реализации менеджмента и маркетинга» (Минск, 2001), «Менеджмент та маркетинг: досягнення і перспективи» (Киев, 2002), «Управління організацією: регіональні аспекти» (Киев, 2002), «Проблемы современной ценовой политики: теория, методология, практика» (Минск, 2002), «Социальные проблемы современной российской экономики» (Екатеринбург, 2003), «Общественная рыночная экономика и вызовы XXI века» (Люблин, 2003), «Мировая экономика и бизнес-администрирование» (Минск, 2003), «Теория и практика менеджмента и маркетинга» (Минск, 2004) и др.

Опубликованность результатов. По теме диссертационного исследования опубликовано 27 печатных работ общим объемом 75 страниц, в том числе

3 статьи в научно-рецензируемых журналах, 6 — в сборниках научных трудов, 12 материалов международных и республиканских конференций, 6 тезисов докладов.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, общей характеристики работы, трех глав, заключения, списка использованных источников, включающего 190 наименований, и приложений. Полный объем диссертации составляет 227 страниц, в том числе 117 страниц занимают 42 рисунка, 49 таблиц, из которых 43 вынесены в приложения, а также 34 приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

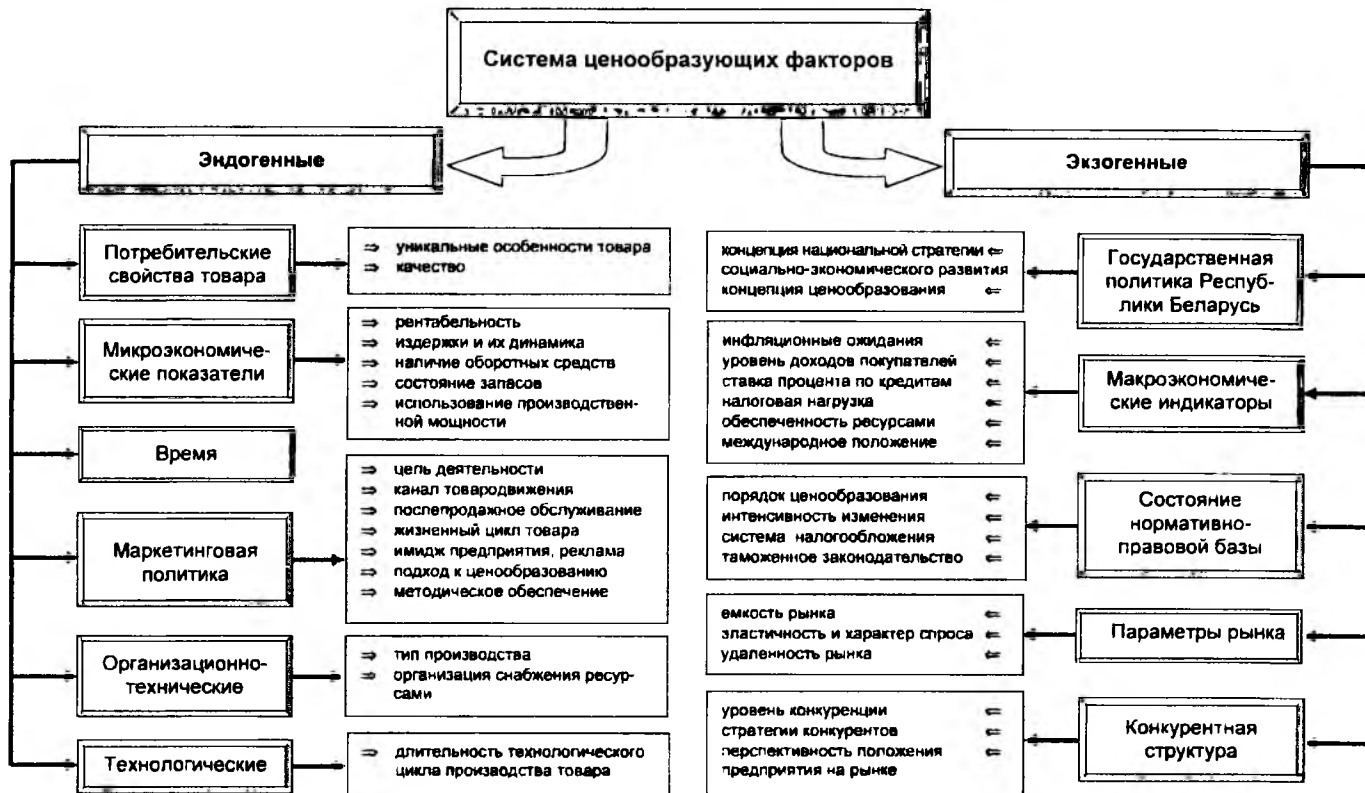
В первой главе «Система ценообразования в трансформационной экономике: теоретический аспект» раскрыта сущность цены как экономической категории, обоснована необходимость использования активного маркетингового подхода к ценообразованию и с учетом этого разработан алгоритм установления цены на товар в рыночных условиях, проведена классификация ценообразующих факторов, действующих в период становления и развития рыночных отношений в республике, определена «система ценообразования».

Проведенное исследование многообразия теорий цены позволило выявить различные подходы к ценообразованию и установить, что эволюция теории цены предопределяется развитием производственно-экономических отношений, становлением рыночных регуляторов.

Анализ основных подходов к установлению цены показал, что существует тесная связь между экономическим укладом и системой ценообразования. В условиях экономической трансформации система цен базируется на механизме как государственного ценового регулирования, так и свободного ценообразования на основе спроса и предложения. По мере развития рыночных отношений процесс ценообразования становится более гибким. Это предполагает ориентацию предприятия на использование активного маркетингового подхода в ценообразовании, базирующегося на выявлении и учете эндогенных и экзогенных факторов, схематически представленных на рисунке.

Алгоритм установления цены в рыночной экономике в общем виде можно представить следующей последовательностью этапов: 1) постановка цели ценообразования; 2) сбор информации об эндогенных и экзогенных ценообразующих факторах; 3) оценка собственных издержек; 4) выбор метода, стратегии ценообразования для достижения поставленной цели; 5) контроль реализации поставленной цели (ценовая тактика).

Анализ практики ценообразования в Республике Беларусь в 1991—2004 гг. позволил установить состав элементов системы ценообразования в трансформационной экономике. По мнению автора, «систему ценообразования» можно представить как совокупность субъектов ценообразования, отношений между ними в процессе установления, контроля, регулирования цен в рамках единого



Система ценообразующих факторов

Источник: собственная разработка.

пространства их применения, а также подсистем информационного и правового, методического и программного обеспечения.

Во второй главе «Анализ влияния системы ценообразования на результаты деятельности предприятий промышленности строительных материалов» представлен ситуационный анализ развития системы ценообразования и ее влияния на экономику предприятий промышленности строительных материалов, дана оценка влияния цены строительных материалов на стоимость конечной строительной продукции с использованием «анализа цепочки ценности», а также построена SWOT-матрица системы ценообразования в отрасли.

В результате проведенного ситуационного анализа развития промышленности строительных материалов были выявлены следующие характерные тенденции: 1) сокращение числа предприятий, увеличение их размеров (в 2004 г. 15 % предприятий производили 74,7 % продукции); 2) сохранение значительной доли предприятий с государственной формой собственности, работающих недостаточно производительно (55 % предприятий государственной формы собственности производят всего лишь 33 % строительных материалов); 3) наряду с замедлением роста цен на строительные материалы наблюдается их опережающий рост в стоимости строительно-монтажных работ; 4) активизация жилищного строительства способствует увеличению объемов производства строительных материалов (исключение составляет производство бутового камня, гравия, мелких и крупных стеновых блоков и др.), приводя к росту рентабельности строительной продукции; 5) несмотря на намечившееся увеличение объемов производства, в отрасли наблюдается сокращение имеющихся производственных мощностей по выпуску отдельных изделий и материалов (сборных железобетонных конструкций и изделий, листов асбестоцементных) и их низкое использование.

В результате проведенного анализа цен на строительные материалы в концепции «цепочки ценности» выявлено, что около 65 % стоимости конечной строительной продукции создается в промышленности строительных материалов, что подтверждает необходимость совершенствования ценообразования в этой отрасли.

SWOT-анализ (Strengths — силы, Weaknesses — слабости, Opportunities — возможности, Threats — угрозы) системы ценообразования, действующей в промышленности строительных материалов, позволил определить ее основные недостатки: 1) расчет цен базируется на затратном пассивном ценообразовании. Планирование с использованием нормативного метода ценообразования в погоне за низкой себестоимостью приводит к ситуации, когда показатель себестоимости объективно не отражает затраты предприятия на производство и реализацию продукции. Система статична, т.е. не позволяет выявлять отклонения в использовании ресурсов, причины, их вызывающие, вносить соответствующие коррективы самим предприятием; 2) формирование цен осуществляет-

ся без учета целей и задач общей маркетинговой стратегии предприятия; 3) отсутствует предварительный анализ воздействия устанавливаемых цен на объемы реализации, изменение доли на рынке и размеров прибыли, без чего невозможно принятие эффективных управленческих решений; 4) не используется гибкое ценообразование на основе применения различных видов ценовых скидок как важное условие рыночного ценообразования.

В третьей главе «Совершенствование ценообразования на предприятиях промышленности строительных материалов» предложены разработанные методика планирования и прогнозирования цен с учетом качественных параметров и инфляционного фактора, методика нахождения оптимального соотношения цен и объемов производства, сформулированы методические положения по формированию ценовой тактики предприятия и на этой основе разработана методика обоснования размера снижения цен за количество приобретаемой продукции, построена система зависимостей, позволяющая осуществлять оперативно-тактические изменения цен на продукцию предприятия.

Разработанная методика планирования и прогнозирования цен на основе многофакторной регрессионной модели позволяет повысить обоснованность устанавливаемых цен с учетом потребительских свойств продукции, упростить процесс планирования цен, определять цены на новую продукцию, обосновывать соотношения цен на различные виды продукции, а также осуществлять их прогнозирование. Отличие предлагаемой методики от аналогичных, базирующихся на регрессионных моделях, является учет фактора инфляции при установлении цен, что позволило существенно улучшить качество рассчитываемых цен.

В результате проведенного исследования были выявлены технико-экономические показатели, определяющие потребительские свойства продукции, выпускаемой предприятиями сборного железобетона (геометрические размеры, нагрузка), построена существенная модель, которая отражает взаимосвязь цены и технико-экономических показателей, характеризующих потребительские свойства продукции, и обеспечивает приведение уровней цен к будущему периоду с помощью корректировки регрессионных коэффициентов. Было установлено, что выявленная взаимосвязь устойчива во времени и может быть использована для анализа динамики и планирования (прогнозирования) цен. Проверка качества модели показала соответствие модели исследуемому процессу и довольно высокую точность (для ПРУП Могилевского завода сборного железобетона № 7 среднее по модулю отклонение составило 1,45 %).

Предложенная методика обоснования возможного размера скидки с цены за количество приобретаемой продукции позволяет определить максимальный размер скидки, построить систему скидок во взаимосвязи с величиной партии закупки, а также обеспечить получение планового размера прибыли от реализации продукции. Данная методика, основанная на «анализе безубыточности», имеет следующие особенности: 1) позволяет устранить погрешности, возникающие из-за специфики покрытия различных расходов, входящих в состав формируемых цен (косвенные налоги и неналоговые платежи, налог на недви-

жимость); 2) обеспечивает сохранение планового размера прибыли; 3) предусматривает расчет «запаса финансовой прочности».

На основе анализа взаимосвязи изменений цен и прибыли на продукцию предприятия были разработаны зависимости, определяющие необходимое изменение объема производства товара (ΔO_{Pi}) для компенсации вынужденного изменения цен и необходимое изменение цены на товар ($\Delta \Pi_{Pi}$) вследствие вынужденного изменения объема производства, обеспечивающие сохранение достигнутого размера прибыли от реализации (приводится общий вариант; для промышленности строительных материалов акциз и налог на продажу автомобильного топлива не учитываются):

$$\Delta O_{Pi} = \frac{O_{Bi} \left(-\Delta \Pi \left(1 - \frac{HT}{100 + HT} \right) \left(1 - \frac{PH + MH}{100} \right) \left(1 - \frac{A}{100} \right) + \Delta Z_{пер.} \right) + \Delta Z_{пост.общ.}}{\Pi_{Pi} \left(1 - \frac{HT}{100 + HT} \right) \left(1 - \frac{PH + MH}{100} \right) \left(1 - \frac{A}{100} \right) - Z_{пер.н.}}, \quad (1)$$

где O_{Bi} — первоначальный объем производства i -го изделия, ед.;

A — ставка акциза (по подакцизным товарам), %;

$PH + MH$ — ставка целевых сборов в местные и республиканский целевые фонды, налога с пользователей автодорог, %;

HT — ставка налога на продажу автомобильного топлива, %;

$\Delta \Pi$ — изменение цены единицы продукции i -го вида, руб.;

Π_{Pi} — новая цена i -го изделия, руб.;

$\Delta Z_{пер.}$ — изменение условно-переменных затрат на производство товара i -го вида, руб.;

$\Delta Z_{пост.общ.}$ — изменение условно-постоянных затрат на производство i -го изделия, руб.;

$Z_{пер.н.}$ — затраты условно-переменные новые при изменении объема производства i -го изделия, руб.;

$$\Delta \Pi_{Pi} = \frac{\Delta Z_{пост.ед.} + \Delta Z_{пер.} + \Delta \Pi_{р.}}{\left(1 - \frac{HT}{100 + HT} \right) \left(1 - \frac{PH + MH}{100} \right) \left(1 - \frac{A}{100} \right)}, \quad (2)$$

где $\Delta \Pi_{р.}$ — изменение прибыли от реализации единицы продукции i -го вида, руб.;

$\Delta Z_{пост.ед.}$ — изменение условно-постоянных затрат на единицу продукции i -го вида, руб.

Для упрощения процесса принятия решения на основе выявленных взаимосвязей в работе была построена система зависимостей, позволяющая осуществлять оперативно-тактические изменения цен на продукцию предприятия, обеспечивающая возможность быстрого реагирования на изменение рыночной ситуации и достижения субъектом хозяйствования целевого размера прибыли для ПРУП Могилевского завода сборного железобетона № 7 (табл. 1, 2).

Составленный алгоритм процесса оптимизации цен предприятия и разработанная на его основе методика нахождения оптимального соотношения уровней цен и объемов производства позволяют рассчитать оптимальный уровень цен и соответствующие им необходимые объемы продаж продукции с учетом рыночных возможностей и производственных ограничений, обеспечивая тем самым максимизацию прибыли от реализации.

СХЕМА ЗАВИСИМОСТЕЙ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ ОПЕРАТИВНО-ТАКТИЧЕСКОГО ИЗМЕНЕНИЯ ЦЕН

Таблица 1

Эластичность объемов продаж от цен

Показатель	Снижение цены						Увеличение цены				
	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Изменение цены, %											
Цена за единицу, тыс. руб.	161,50	163,20	164,90	166,60	168,30	170,000	171,70	173,40	175,10	176,80	178,50
Объем в точке безубыточности, ед.	11,8	11,5	11,2	10,9	10,6	10,3	10,1	9,8	9,6	9,3	9,1
Объем в точке целевой прибыли, ед.	15,5	15,0	14,6	14,2	13,8	13,5	13,2	12,8	12,5	12,2	11,9
Затраты переменные на выпуск, тыс. руб.	1550	1505	1463	1423	1385	1349	1315	1283	1252	1223	1195
Выручка от реализации на выпуск, тыс. руб.	2503	2456	2412	2370	2331	2294	2258	2224	2192	2162	2132
Целевая прибыль на выпуск, тыс. руб.	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Необходимое изменение объема, ед.	2,005	1,557	1,135	0,736	0,358	0,000	-0,340	-0,664	-0,972	-1,265	-1,545
Необходимое изменение объема, %	14,86	11,54	8,41	5,46	2,66	0,00	-2,52	-4,92	-7,20	-9,38	-11,45
	Увеличение объема продаж						Снижение объема продаж				

Таблица 2

Эластичность цен от объемов продаж

Показатель	Снижение объема продаж						Увеличение объема продаж				
	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Изменение объема, %											
Объем в точке целевой прибыли, ед.	12,817	12,952	13,087	13,221	13,356	13,491	13,626	13,761	13,896	14,031	14,166
Объем в точке безубыточности, ед.	9,8	9,9	10,0	10,1	10,2	10,3	10,4	10,5	10,6	10,7	10,8
Цена за единицу, тыс. руб.	173,46	172,74	172,03	171,34	170,66	170,000	169,35	168,71	168,09	167,47	166,87
Затраты переменные на выпуск, тыс. руб.	1282	1295	1309	1322	1336	1349	1363	1376	1390	1403	1417
Выручка от реализации на выпуск, тыс. руб.	2223	2237	2251	2265	2279	2294	2308	2322	2336	2350	2364
Целевая прибыль на выпуск, тыс. руб.	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Необходимое изменение цены на единицу, тыс. руб.	3,458	2,738	2,032	1,341	0,664	0,000	-0,651	-1,288	-1,914	-2,527	-3,129
Необходимое изменение цены, %	2,03	1,61	1,20	0,79	0,39	0,00	-0,38	-0,76	-1,13	-1,49	-1,84
	Увеличение цены						Снижение цены				

Источник: собственная разработка.

Преимуществом данной методики является то, что она сочетает в себе ценностный и затратный подходы к установлению цен. Изменение цены в приемлемом для предприятия диапазоне определяется эластичностью спроса как от устанавливаемой цены, так и от цен конкурентов. При этом из всех возможных изменений цен выбирается то, которое наиболее выгодно с точки зрения принятого в модели критерия эффективности.

Таким образом, разработанные в результате исследования методика нахождения оптимального соотношения уровней цен и объемов производства и алгоритм процесса поиска оптимальных уровней цен на производимую продукцию позволяют учесть интересы предприятия в сочетании с факторами рыночного спроса; выявить наиболее значимые параметры, влияющие на объемы продаж; рассчитать объем выпуска, который можно будет реализовать при установлении той или иной цены, учитывая цены конкурентов на данном сегменте рынка, условия поставки, престижность торговой марки и качественные различия; определить наиболее выгодный для предприятия уровень цен с учетом сложившейся рыночной конъюнктуры и оценить экономические результаты принимаемого решения. Это в целом будет способствовать достижению цели предприятия, формированию ценовой стратегии, адекватной рыночным условиям.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Полученные результаты позволяют сделать следующие выводы и предложения:

1. Исследование теоретических аспектов ценообразования показало, что соответственно особенностям экономического развития общества в основе движения цен рассматривались различные факторы. На смену одним научным взглядам приходили другие. Вместе с тем, как показало исследование, в выдвигаемых трактовках цены присутствует преемственность и взаимосвязь, которая проявляется в участии при формировании цены категорий стоимости, полезности, спроса и предложения, государственного регулирования, денег.

Анализ практики ценообразования в Республике Беларусь в 1991—2004 гг. позволил установить состав элементов системы ценообразования в трансформационной экономике. Так, по мнению автора, «систему ценообразования» можно представить как совокупность субъектов ценообразования, отношений между ними в процессе установления, контроля, регулирования цен в рамках единого пространства их применения, а также подсистем информационного и правового, методического и программного обеспечения.

Установлено, что в условиях экономической трансформации система цен основывается на механизме как государственного ценового регулирования, так и свободного ценообразования. По мере расширения сферы действия рыночных факторов процесс ценообразования становится более гибким. Это предполагает ориентацию предприятий на активный подход к установлению цен, выявление и учет факторов рыночной среды, прогнозирование и использование краткосрочных и долгосрочных изменений рыночной конъюнктуры. В рыночных условиях происходят сокращение административных ограничений в процессе це-

нообразования, перенос большинства решений по формированию цен с макро- на микроуровень управления, когда предприятия самостоятельно, исходя из собственных экономических интересов и особенностей рынка и рыночной ситуации, принимают управленческие решения. За государственными органами остаются лишь функции установления основных законов и определения правил поведения субъектов хозяйствования. Поэтому предлагаемый алгоритм установления цены на производимую продукцию учитывает не только эндогенные ценообразующие факторы, связанные с производственной деятельностью, но и экзогенные факторы экономической среды, позволяя сделать процесс установления цен на предприятиях гибким, эффективным и отвечающим сложившимся экономическим условиям [3, 4, 9, 21, 24].

2. На основе анализа особенностей развития промышленности строительных материалов показано, что долгий период экстенсивного развития и жесткое государственное регулирование цен привели к возникновению в отрасли таких тенденций, как усиление концентрации производства в отрасли посредством сокращения количества предприятий и увеличения их размера; сохранение значительной доли предприятий с государственной формой собственности, работающих недостаточно эффективно (55 % в 2004 г.); наряду с активизацией строительного рынка и увеличением объемов производства строительных материалов в отрасли наблюдается сокращение и недоиспользование имеющихся производственных мощностей по выпуску отдельных изделий и материалов (сборных железобетонных конструкций и изделий, листов асбестоцементных, стеновых материалов).

Проведенная оценка влияния, оказываемого отраслью на стоимость строительной продукции с использованием «анализа цепочки ценности», показала, что большая часть стоимости конечной строительной продукции (65 %) формируется предприятиями промышленности строительных материалов. Анализ процесса установления цен с точки зрения обеспечения конкурентных преимуществ и эффективного управления предприятием выявил сложность действующего порядка ценообразования в отрасли, негибкость к происходящим изменениям в силу передачи значительного числа функций по установлению цен вышестоящим органам государственного управления [5, 10, 11, 12, 18, 20, 22, 23, 26].

3. Рекомендовано в целях анализа, планирования и прогнозирования цен на предприятиях отрасли использовать корреляционно-регрессионный анализ. В диссертации разработаны методика и алгоритм построения модели цены на строительные материалы, учитывающей как качественные параметры продукции, так и действие инфляционного фактора при ее реализации. Предложенная методика позволит упростить стратегическое планирование цен на предприятии и осуществить их прогнозирование [7, 8, 13, 17, 19].

4. Для адаптации цен к постоянно меняющимся условиям конкретного товарного рынка предложена методика установления цен с учетом системы ценовых скидок. Использование шкал ценовых скидок позволит производителю быстро и качественно решать тактические задачи ценообразования, принимать обоснованные решения об объеме партии с учетом размера скидки, обеспечивая получение целевого размера прибыли от реализации [1, 3, 6, 16].

Построена система зависимостей, позволяющая осуществлять оперативно-тактические изменения цен на продукцию предприятия, основанная на расчете показателей эластичности цены реализации от объема производства и объема производства от цены реализации. Система зависимостей позволит производителю оперативно реагировать на изменение рыночной ситуации (изменение конъюнктуры цен, вызывающее необходимость корректировки объемов производства, либо обратная ситуация — изменение объемов реализации, требующее соответствующих изменений в ценах на реализуемую продукцию), обеспечивая сохранение целевого размера прибыли [2, 3, 15, 27].

5. С целью развития процесса установления цен разработана методика поиска оптимальных соотношений цен и объемов производства на продукцию предприятия. Предлагаемая по результатам исследования оптимизационная модель позволит определить оптимальные уровни цен и объемы производства продукции, обеспечивающие достижение поставленной цели. В основе модели лежит алгоритм поиска оптимального соотношения между ценами и объемами производства соответствующего вида продукции в рамках ассортиментного перечня с учетом эластичности спроса от устанавливаемой цены, цен конкурентов, условий поставки, известности торговой марки и качественных отличий товаров. Использование предприятием предложенной методики будет способствовать достижению цели выбранной линии ценового поведения (стратегии) адекватно рыночным условиям [14, 27].

СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Статьи в научно-рецензируемых журналах

1. Цыганков А.А. Скидка за количество приобретаемой продукции: методика обоснования // Экономика. Финансы. Управление. — 2004. — № 11. — С. 40—45.
2. Цыганков А.А. Обоснование оперативно-тактических ценовых решений // Вести ин-та соврем. знаний. — 2005. — № 1. — С. 25—30.
3. Полещук И.И., Цыганков А.А. Ценовая политика: тактический аспект // Белорус. экон. журн. — 2005. — № 1. — С. 51—60.

Статьи в научных сборниках

4. Цыганков А.А. Совершенствование ценообразования в Республике Беларусь // Проблемы менеджмента и маркетинга в условиях развития рыночных отношений: Сб. науч. тр. / БГЭУ; Отв. ред. И.Л. Акулич. — Минск, 2000. — С. 157—160.
5. Цыганков А.А. Развитие нормативного метода ценообразования в промышленности строительных материалов // Проблемы экономики в переходном периоде: Сб. ст. молодых ученых / БГЭУ. — Минск, 2001. — С. 245—248.
6. Цыганков А.А. Политика скидок при установлении цен на производимую продукцию // Менеджмент и маркетинг: опыт и проблемы: Сб. науч. тр. / БГЭУ; Под общ. ред. И.Л. Акулича. — Минск, 2002. — С. 315—317.

7. Цыганков А.А. Управление ценами в промышленности строительных материалов Республики Беларусь // Менеджмент и маркетинг: опыт и проблемы: Сб. науч. тр. / Под общ. ред. И.Л. Акулича. — Минск: Мэджик Бук, 2003. — С. 284—286.

8. Цыганков А.А. Управление ценами на основе краткосрочных прогнозов // Социальные проблемы современной российской экономики: Сб. науч. тр. по материалам науч.-практ. конф.: В 3 ч. / Ин-т экономики и управления. — Екатеринбург, 2003. — Ч. 3. — С. 131—134.

9. Цыганков А.А. Особенность ценообразования в Республике Беларусь // Менеджмент и маркетинг: опыт и проблемы: Сб. науч. тр. / Под общ. ред. И.Л. Акулича. — Минск: Право и экономика, 2004. — Вып. 6. — С. 341—343.

Материалы конференций

10. Цыганков А.А. Проблемы ценообразования в производстве строительных материалов в переходный период // Особенности рыночного механизма управления субъектами хозяйствования в эколого-дестабилизированном регионе: Материалы Междунар. науч. конф. Гомель, 15—16 нояб. 1999 г. / ГГТУ. — Гомель, 1999. — С. 130—132.

11. Цыганков А.А., Трацевский И.П. Нормативное ценообразование в промышленности строительных материалов // Особенности рыночного механизма управления субъектами хозяйствования в эколого-дестабилизированном регионе: Материалы Междунар. науч. конф. Гомель, 15—16 нояб. 1999 г. / ГГТУ. — Гомель, 1999. — С. 129—130.

12. Цыганков А.А. Основные направления совершенствования системы ценообразования в промышленности строительных материалов // Механизм функционирования национальной экономики и проблемы экономического роста. Итоги НИР БГЭУ 2000 г.: Материалы науч.-практ. конф. Минск, 5—6 февр. 2001 г. / БГЭУ. — Минск, 2001. — С. 306—307.

13. Полещук И.И., Цыганков А.А. Исследование влияния макроэкономических факторов на динамику цен с помощью корреляционно-регрессионного анализа // Менеджмент та маркетинг: досягнення і перспективи: Матеріали ІХ Всеукраїнської наук.-практ. конф. Київ, 13 березня 2002 р. / НТУУ. — Київ, 2002. — С. 202.

14. Полещук И.И., Цыганков А.А. Управление ценовой политикой, направленное на обеспечение финансовой устойчивости предприятия // Управління організацією: регіональні аспекти: Матеріали Х Міжнар. наук.-практ. конф. Київ, 12—13 квітня 2002 р. / КНЭУ. — Київ, 2002. — С. 242.

15. Цыганков А.А. Управление ценообразованием, направленное на обеспечение финансовой устойчивости предпринимателя // Предпринимательство в условиях глобализации: Материалы Междунар. науч.-практ. конф. Минск, 23—24 мая 2002 г. / БГЭУ. — Минск, 2002. — С. 168—169.

16. Цыганков А.А. Формирование ценовой стратегии предприятия на основе разработки системы скидок // Проблемы современной ценовой политики: теория, методология, практика: Материалы Междунар. науч.-практ. семинара. Минск, 30 окт. 2002 г. / БГЭУ. — Минск, 2002. — С. 146—149.

17. Цыганков А.А. Управление ценами на основе прогнозов // Оплата труда по конечным результатам и предельные измерения как инструменты повышения эффективности деятельности предприятия: Материалы науч.-практ. конф. Бобруйск, 17—18 апр. 2003 г. / БГЭУ. — Минск, 2003. — С. 452—454.

18. Цыганков А.А. Совершенствование ценообразования в промышленности строительных материалов // Твория и практика менеджмента и маркетинга: Материалы Междунар. науч.-практ. конф. Минск, 26—28 мая 2003 г. / БГЭУ. — Минск, 2003. — С. 318—319.

19. Цыганков А.А. Использование краткосрочных прогнозов при установлении цен на строительную продукцию // Мировая экономика и бизнес-администрирование: Материалы докладов Междунар. науч.-практ. конф. Минск, 29—31 мая 2003 г. / НИЭИ М-ва экономики Респ. Беларусь. — Минск, 2003. — С. 102—105.

20. Цыганков А.А. Система управления ценами в промышленности строительных материалов Республики Беларусь // Актуальные проблемы современной экономики: Материалы Респ. конф. молодых ученых. Минск, 23 дек. 2003 г. / БГЭУ. — Минск, 2004. — С. 339.

21. Цыганков А.А. Формирование ценовой политики предприятия // Теория и практика менеджмента и маркетинга: Материалы V Междунар. науч.-практ. конф. Минск, 28—29 мая 2004 г. / БГЭУ. — Минск, 2004. — С. 326.

Тезисы докладов конференций

22. Цыганков А.А. Проблемы ценообразования в промышленности строительных материалов Республики Беларусь // Проблема стабилизации и экономического роста в Республике Беларусь: Тез. докл. Междунар. науч.-практ. конф. Минск, 27 окт. 1999 г. / БГЭУ. — Минск, 1999. — С. 264—265.

23. Цыганков А.А. Анализ системы ценообразования в промышленности строительных материалов // Проблемы учета, анализа и статистики на рубеже веков: Тез. докл. Междунар. практ. конф. Минск, 20—21 апр. 2000 г. / БГЭУ. — Минск, 2000. — С. 214—215.

24. Цыганков А.А. Государственное регулирование отпускных цен предприятий // Теория и практика маркетинга: опыт и проблемы: Тез. докл. Междунар. семинара. Минск, 23 июня 2000 г. / БГЭУ. — Минск, 2000. — С. 181—183.

25. Цыганков А.А. Мотивация развития предпринимательства и государственное регулирование цен // Региональные проблемы развития предпринимательства: Сб. тез. докл. науч.-практ. конф. Гомель, 16—17 окт. 2000 г. / ГКИ. — Гомель, 2000. — С. 74—75.

26. Цыганков А.А. Государственное регулирование цен в промышленности строительных материалов // Проблемы прогнозирования и государственного регулирования социально-экономического развития: Тез. докл. Междунар. науч. конф. Минск, 12—13 окт. 2000 г.: В 2 т. / НИЭИ М-ва экономики Респ. Беларусь. — Минск, 2000. — Т. 2. — С. 58—60.

27. Цыганков А.А. Моделирование процесса управления ценовой политикой // Опыт и проблемы реализации менеджмента маркетинга: Тез. докл. Междунар. семинара. Минск, 24—25 мая 2001 г. / БГЭУ. — Минск, 2001. — С. 242.

РЭЗЮМЭ

ЦЫГАНКОЎ АЛЯКСАНДР АЛЯКСАНДРАВІЧ

**Цэнаўтварэнне ў прамысловасці будаўнічых матэрыялаў:
стан і накірункі ўдасканалення**

Ключавыя словы: цана, вартасць, каштоўнасць, цэнаўтварэнне, сістэма цэнаўтварэння, цэнавая стратэгія, цэнавая тактыка, устанаўленне цэн, дзяржаўнае рэгуляванне цэн, прамысловасць будаўнічых матэрыялаў.

Аб'ект даследавання: сістэма цэнаўтварэння і яе элементы ў прамысловасці будаўнічых матэрыялаў.

Прадмет даследавання: працэсы ўстанаўлення, змянення і рэгулявання цэн у прамысловасці будаўнічых матэрыялаў, іх удасканаленне на аснове маркетынгавага падыходу з улікам якасных параметраў прадукцыі і рынковых фактараў.

Мэта даследавання: на аснове вывучэння стана цэнаўтварэння ў галіне распрацаваць метадалагічныя палажэнні і практычныя рэкамендацыі па ўстанаўленню, змяненню, рэгуляванню цэн на будаўнічыя матэрыялы з улікам існуючых фактараў, прыняццю эфектыўных кіраўніцкіх рашэнняў на аснове рыначных цэн.

Асноўныя метады даследавання: усенавуковыя метады пазнання (аналіз і сінтэз, індукцыя і дэдукцыя), метады сістэмнага, сітуацыйнага аналіза, эмпірычнага даследавання (назіранне, параўнанне), імітацыйнага мадэлявання, карэляцыйна-рэгрэсійны аналіз, лагічны аналіз вынікаў, атрыманых на ўсіх этапах даследавання, і абагульненне гэтых вынікаў.

Навуковая навізна атрыманых вынікаў заключаецца ў распрацоўцы метадалагічных палажэнняў і практычных рэкамендацый па ўстанаўленню і змяненню цэн у прамысловасці будаўнічых матэрыялаў, якія спрыяюць павышэнню эфектыўнасці функцыянавання прадпрыемстваў галіны. У прыватнасці, распрацавана метадыка планавання і прагназавання цэн з выкарыстаннем шматфактарнай рэгрэсійнай мадэлі; сфармуляваны метадычныя палажэнні па фарміраванню цэнавай тактыкі прадпрыемства з дапамогай сістэмы цэнавых скідак; пабудавана сістэма залежнасцяў, якая дазваляе здзяйсняць апэратыўна-тактычныя змяненні цэн на прадукцыю прадпрыемства; распрацавана метадыка знаходжання аптымальных суадносінаў цэн і аб'ёмаў вытворчасці.

Рэкамендацыі па выкарыстанню і галіна ўжывання. Вынікі даследавання выкарыстоўваюцца пры ўстанаўленні цэн на прадпрыемствах ВРУП Магілёўскі завод СЖБ № 7, ААТ "Мінскжалезабетон", ААТ "Белэнергастрой", могуць прымяняцца ў практычнай дзейнасці прадпрыемстваў для аналіза, устанаўлення і змянення цэн, органамі дзяржаўнага кіравання, якія займаюцца рэгуляваннем цэн, а таксама ў навучальным працэсе ВНУ.

РЕЗЮМЕ

ЦЫГАНКОВ АЛЕКСАНДР АЛЕКСАНДРОВИЧ

Ценообразование в промышленности строительных материалов: состояние и направления совершенствования

Ключевые слова: цена, стоимость, ценность, полезность, ценообразование, система ценообразования, ценовая стратегия, ценовая тактика, установление цен, государственное регулирование цен, промышленность строительных материалов.

Объект исследования: система ценообразования и ее элементы в промышленности строительных материалов.

Предмет исследования: процессы установления, изменения и регулирования цен в промышленности строительных материалов, их совершенствование на основе маркетингового подхода с учетом качественных параметров продукции и рыночных факторов.

Цель исследования: на основе изучения состояния ценообразования в отрасли разработать методологические положения и практические рекомендации по установлению, изменению, регулированию цен на строительные материалы с учетом действующих факторов, принятию эффективных управленческих решений на основе рыночных цен.

Основные методы исследования: общенаучные методы познания (анализ и синтез, индукция и дедукция), методы системного, ситуационного анализа, эмпирического исследования (наблюдение, сравнение), имитационного моделирования, корреляционно-регрессионный анализ, логический анализ результатов, полученных на всех этапах исследования, и обобщение этих результатов.

Научная новизна полученных результатов состоит в разработке методологических положений и практических рекомендаций по установлению и изменению цен в промышленности строительных материалов, способствующих повышению эффективности функционирования предприятий отрасли. В частности, разработана методика планирования и прогнозирования цен с использованием многофакторной регрессионной модели; сформулированы методические положения по формированию ценовой тактики предприятия с помощью системы ценовых скидок; построена система зависимостей, позволяющая осуществлять оперативно-тактические изменения цен на продукцию предприятия; разработана методика нахождения оптимального соотношения цен и объемов производства.

Рекомендации по использованию и область применения. Результаты исследования используются при установлении цен на предприятиях ПРУП Могилевский завод СЖБ № 7, ОАО «Минскжелезобетон», ОАО «Белэнергострой»; могут применяться в практической деятельности предприятий для анализа, установления и изменения цен, органами государственного управления, занимающимися регулированием цен, а также в учебном процессе вузов.

RESUME

ALIAKSANDR AL. TSYHANKOU

**Pricing in the industry of building materials:
position and ways of improvement**

Keywords: price, cost, value, utility, pricing, system of pricing, price strategy, price tactics, price making, state regulation of the prices, the industry of building materials.

Object of research: system of pricing and its elements in the industry of building materials.

Subject of study: processes of an establishment, change and price regulation in the industries of building materials, their improvement on the basis of the marketing approach in view of the qualitative parameters of production and market factors.

The objective of research: development of methodological positions and practical recommendations on the basis of the study of the position of pricing in the industry aimed at establishment, change, price regulation of building materials in view of the effective factors and acceptance of efficient managerial decisions on the basis of market prices.

The basic methods of research: general scientific methods of knowledge (analysis and synthesis, induction and deduction), methods of system, situational analysis and empirical research (supervision, comparison), imitation modelling, correlation and regression analysis, logic analysis of the results received at all study phases and generalization of these results.

Scientific novelty of the received results: consists in the development of methodological positions and practical recommendations on the establishment of the prices in the industry of the building materials which promote the increase of efficiency of functioning of the enterprises of the branch. Thus, specifically the following was carried out: the technique of planning and forecasting prices with the use of multifactor regression model was developed; methodical positions on formation of price tactics of the enterprise with the use of the system of price discounts were formulated; the system of dependences was constructed, enabling to carry out operational and tactical changes of the prices of production of the enterprise; the technique of finding an optimal parity of the prices and volumes of manufacture was developed.

Recommendations on the use and the scope of application. The results of the research are used for fixing the prices at the plants of the Production Unitary Enterprise The Mogilyow Works "Precast Concrete No.7" at Open Type Stock Company "Minsk Precast Concrete", and at Open Type Stock Company "Belenergostroy".

The results of the research can be used in the practical activities of the enterprises for carrying out analysis, establishment and change of the prices as well as the state agencies, engaged in price control, and also in the educational process of higher educational institutions.

Редактор *Т.В. Бурая*
Корректор *Н.В. Терех*
Технический редактор *О.В. Амбарцумова*
Компьютерный дизайн *Т.В. Бесчетнова*

Подписано в печать 23.09.2005. Формат 60×84/16. Бумага офсетная. Гарнитура Times New Roman. Офсетная печать. Усл. печ. л. 1,4. Уч.-изд. л. 1,2. Тираж 60 экз. Заказ 332

УО «Белорусский государственный экономический университет».
Лицензия издательская № 02330/0056968 от 30.04.2004.
220070, Минск, просп. Партизанский, 26.

Отпечатано в УО «Белорусский государственный экономический университет».
Лицензия полиграфическая № 02330/0148750 от 30.04.2004.
220070, Минск, просп. Партизанский, 26.