

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

УДК 338.534:339.37

ЕРЧАК Александр Иванович

**ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ
И ОЦЕНКА ЕЕ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ
РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**

08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством

АВТОРЕФЕРАТ

**диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук**

Минск - 2003

Работа выполнена в Белорусском государственном экономическом университете

Научный руководитель - кандидат экономических наук, профессор
Валевич Р.П., БГЭУ, заведующий кафедрой
экономики торговли

Офиц доктор экономических наук Петроич М.В.,
Академия управления при Президенте
Республики Беларусь, заведующий кафедрой
менеджмента

кандидат экономических наук, доцент
Терщина В.В., БГЭУ, кафедра
промышленного маркетинга и цен

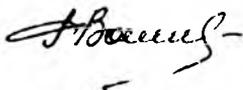
Оппонирующая организация - Научно-исследовательский экономический
институт Министерства экономики
Республики Беларусь

Защита состоится 2 июля 2003 г. в 14-00 на заседании совета по защите
диссертаций Д 02.07.02 при Белорусском государственном экономическом
университете по адресу 220072 г. Минск пр. Партизанский, д. 26, ауд. 407, тел. 249-
51-07.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Белорусского
государственного экономического университета.

Автореферат разослан 2 июня 2003 г.

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



Р.П. Валевич

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертации. Проведенное реформирование торговли позволило сформировать в отрасли конкурентную среду, обязывающую субъекты хозяйствования работать по законам рынка, то есть на условиях самокупаемости, самофинансирования и самоуправления. Однако на практике такое реформирование пока не привело к ощутимому повышению ее эффективности. Выявлены серьезные проблемы функционирования организованной торговой сети. Ухудшились тенденции развития товарооборота, снизилась рентабельность продаж и затрат, повсеместно встречаются факты нарушения платежной дисциплины, сузился ассортимент предлагаемых покупателю отечественных товаров, ухудшилась покупательная способность, прибыль увеличилась, доля убыточных торговых предприятий, падает обеспеченность собственными оборотными средствами, снизились инвестиции в отрасли, практически не используются новые торговые технологии, стареет материально-техническая база. Факт снижения эффективности розничной торговли обусловлен действием множества факторов, среди которых основными являются жесткое государственное регулирование, слабое знание рыночных методов хозяйствования, неумение воспользоваться возможностями ценового фактора для улучшения экономической ситуации.

Практика работы торговых организаций в Республике Беларусь и за рубежом показывает, что большинство покупателей выделяют уровень цен как один из определяющих факторов при выборе товаров. Это дает основание для выделения цены в качестве приоритета при выборе методов повышения эффективности. Но для этого требуется вооружить торговые организации методикой разработки собственной ценовой политики, учитывающей особенности отрасли, которая является обязательным инструментом эффективной конкурентной борьбы на рынке за покупателя.

Разработка соответствующих методов эффективного формирования и реализации ценовой политики в торговле позволяет не только стимулировать рост товарооборота за счет вовлечения свободных денежных средств населения, но и на основе более полного удовлетворения спроса улучшить показатели финансово – хозяйственной деятельности организации, которые в настоящее время находятся на критически низком уровне, обеспечить стабилизацию цен, увеличение поступлений в государственный бюджет.

Отдельные вопросы формирования эффективной ценовой политики организации рассматриваются в работах Акулича И.Л., Амблера Т., Бланка И.А., Валевиц Р.П., Васильевой Н.Э., Вейтца Б.А., Герасименко В.В., Голощапова Н.А., Есипова В.Е., Завьялкова А.Г., Козловой Л.И., Котлера Ф., Ламбена Ж.Ж., Леви М., Липсица И.В., Михайловой Е.А., Полещук И.И., Приходченко О.И., Пунина Е.И., Салимжанова И.К., Стояновой Е.С., Слепневой Т.А., Тарасевич В.М., Тарасова В.И., Терешинной В.В., Трацевского И.П., Уткина Э.А., Фрунзе В.П., Чубакова Г.Н., Цацулина А.Н., Шуляка П.Н., Яковлева Н.Я., Яркина Е.В., и др. Изучение особенностей ценообразования в розничной торговле проведено в работах Амблера Т., Бланка И.А., Валевиц Р.П., Вейтца Б.А., Леви М., Нэгла Т.Т., Полещук И.И., Терешинной В.В., Холдсена Р.К., Шклярика А.Н. Но при этом ряд теоретико- методологических и методических вопросов, относящихся к учету особенностей торговли при формировании ценовой политики розничной торговой организации и оценке ее эффективности, исследован не в полной мере, что и обусловило выбор темы и основных направлений ее исследования.

Связь работы с крупными научными программами, темами.

Диссертационное исследование выполнялось во взаимосвязи с разрабатываемыми кафедрой экономики торговли Белорусского государственного экономического университета темами «Показатели оценки и повышение эффективности предприятий торговли в современных условиях (на примере розничной торговли)» № ГР 19962757 и «Розничный товарооборот в условиях трансформируемой экономики: специфика и тенденции развития, оценка достаточности для обеспечения конкурентоспособности торговых предприятий, пути активизации».

Цель и задачи исследования. Целью работы является разработка и обоснование методических подходов к формированию ценовой политики, направленной на повышение эффективности розничной торговли на внутреннем рынке. Для реализации цели поставлены и решены следующие задачи:

- изучены существующие подходы к определению сущности, места и роли цены в национальной экономике страны;
- исследованы особенности формирования ценовой политики в розничной торговле в трансформационной экономике по концепции социально-ориентированной рыночной направленности;
- усовершенствована методика оценки влияния ценовых факторов на результаты хозяйственной деятельности торговой организации;
- уточнен алгоритм формирования ценовой политики организации торговли путем обоснования подходов к постановке целей, определению принципов дифференциации цен в торговле;
- разработаны инструменты анализа эффективности ценовой политики торговой организации, включая оценку ценовой чувствительности покупателей, при которой предприятие сможет достичь поставленных целей за счет изменения цен, анализ кривой безубыточности и связанных с ней критических показателей; обоснование критической величины товарооборачиваемости, уровня издержек обращения и минимальной торговой надбавки с учетом инфляционного фактора;
- разработана и апробирована на практике процедура построения ценовой политики торговой организации и оценки ее эффективности.

Объект и предмет исследования. Объектом исследования выступают ведущие розничные торговые организации г. Минска ОАО «ЦУМ – Минск»: ОАО «ГУМ», УП «Универмаг «Беларусь», СП ТД «На Немиге», УП «Кирмаш» и торговая отрасль в целом. Предмет исследования – комплекс теоретико– методических и практических вопросов формирования ценовой политики и оценки ее воздействия на эффективность розничной торговли.

Методология и методы проведенного исследования. Методологической основой исследования являются труды отечественных и зарубежных ученых, а также действующий механизм ценообразования и хозяйствования, законодательство Республики Беларусь, регулирующее деятельность субъектов хозяйствования. При изучении отдельных явлений и процессов применялись методы анализа и синтеза, индукции и дедукции. В работе использованы монографический, экономико – математический методы, а также специфические статистические приемы: группировок,

ранжирования, сравнения, корреляционного анализа, др. При написании работы использованы материалы Министерства статистики и анализа Республики Беларусь, Министерства торговли Республики Беларусь, Главного управления потребительского рынка Мингорисполкома, материалы личных исследований автора, полученных методом опроса покупателей в анализируемых организациях торговли.

Научная новизна диссертационного исследования состоит в разработке новых научно-обоснованных подходов к порядку формирования ценовой политики и оценке ее воздействия на эффективность розничной торговли с учетом особенностей торговой отрасли. Научная значимость результатов определяется следующими положениями:

- уточнено определение ценовой политики, показана их взаимообусловленность и особенности формирования в торговле, предложена новая классификация ценовых стратегий и целей ценовой политики в торговой отрасли;

- обоснованы методические подходы формирования ценовой политики розничной торговой организации, включая разработку алгоритма определения целей ценовой политики, принципов дифференциации торговых надбавок на товары;

- разработана методика оценки влияния ценовой политики на результаты хозяйственной деятельности организации торговли, в том числе определение необходимой для достижения поставленных целей эластичности товарооборота от цены и процедуры ее использования в практической деятельности;

- обоснована с помощью статистических и логических методов необходимость использования в ценообразовании в торговле нового подхода к расчету уровня условно-переменных издержек, исходя из показателя товарооборота в покупных ценах;

- предложена методика оценки границ экономической безопасности деятельности торговой организации на основе анализа кривых безубыточности в зависимости от доли товаров с низкими торговыми надбавками в розничном товарообороте, а также с учетом средних уровней валового дохода на товары с низкими и высокими торговыми надбавками;

- разработана методика определения величин показателей торговой надбавки, товарооборачиваемости запасов и уровня издержек обращения, обеспечивающих безубыточную работу в условиях инфляции;

- сформирована система контроля эффективности проводимой ценовой политики, основанная на оценке достижения поставленных торговой организацией целей и условий реализации ценовой политики.

Практическая (экономическая) значимость полученных результатов заключается в том, что они могут быть использованы в практической деятельности торговых организаций для разработки мер по формированию и реализации активной ценовой политики, оценке ее воздействия на эффективность торговой деятельности.

Применение методики оценки критических величин товарооборачиваемости, торговых надбавок, доли товаров с низкими торговыми надбавками в товарообороте позволит торговым организациям комплексно анализировать результаты работы и использовать материалы анализа при выработке стратегической концепции поведения организации на рынке в части улучшения ассортиментной структуры продаж, товарных запасов и дифференциации торговых надбавок по убыточным товарам.

Предложенные в работе методы оценки эластичности товарооборота от цены, учитывающие ценовую чувствительность покупателей, позволяют обосновать прогнозируемые изменения размеров торговых надбавок на товары для достижения целевой рентабельности при росте продаж и удовлетворении спроса населения.

Обоснование методических подходов формирования эффективной ценовой политики торговой организации, включая алгоритм постановки целей, принципов дифференциации торговых надбавок, учета особенностей торговли при выборе стратегии ценообразования, обеспечит реализацию принципов научности для повышения эффективности хозяйственной деятельности.

Разработанная система критериев эффективности ценовой политики даст возможность правильно оценить обоснованность избранной ценовой политики и направления ее корректировки.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту:

- методические подходы к формированию активной ценовой политики торговой организации с учетом сложившихся особенностей ценообразования в торговле, включающие алгоритм обоснования целей и принципов дифференциации торговых надбавок, обеспечивающий высокую надежность ценовых решений для повышения эффективности хозяйственной деятельности;
- методика оценки границ экономической безопасности деятельности торговой организации на основе анализа кривых безубыточности в торговле и определения критических показателей доли товаров с низкими торговыми надбавками в товарообороте, уровней валового дохода по товарам с низкими и высокими торговыми надбавками, максимально допустимой товарооборачиваемости и уровня условно-переменных издержек. Данная методика позволяет определить эффективность формирования и использования товарных запасов и валовых доходов как в целом по предприятию, так и в разрезе отдельных товарных групп, оценить правильность установления торговых надбавок на реализуемые товары и применять полученные результаты в качестве основы формирования ценовых стратегии и тактики;
- методика оценки обоснованности изменения цен на реализуемые товары, основанная на сравнении фактической величины эластичности товарооборота от цены с минимальной (максимальной), рассчитываемой с учетом целевой функции предприятия, которая позволит оценить целесообразность снижения (увеличения) торговых надбавок на различных отрезках кривой спроса на товар, возможности корректировки цены в рамках избранных ценовых стратегии и тактики;
- система контроля эффективности ценовой политики предприятия, основанная на учете разработанных критериев эффективности в зависимости от поставленных предприятием целей, позволяющая оценить не только обоснованность формирования и реализации ценовой политики, направленной на повышение эффективности хозяйственной деятельности, но и своевременно определить направления корректировки общих и частных принципов ее построения.

Личный вклад соискателя. Диссертация является самостоятельным научным исследованием в области определения путей совершенствования ценовой политики торговой организации, обеспечивающих повышение эффективности торговой

деятельности. Все результаты исследования, отраженные в диссертации, получены автором самостоятельно.

Апробация результатов исследования. Основные положения диссертации опубликованы в периодической печати, сборниках научных трудов, докладывались на международных и республиканских научно-практических конференциях, семинарах. Результаты исследования апробированы на УП «Кирмап». Разработанная на основе предложенных в работе принципов ценовая политика принята к внедрению (справка о внедрении № 745 от 22.05.2003).

Опубликованность результатов. Основные результаты диссертации опубликованы в 15 научных работах, в том числе в пяти журнальных статьях, двух статьях в сборниках научных трудов, восьми тезисах международных научно-практических конференций и семинаров.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, общей характеристики работы, трех глав, списка использованных литературных источников, и 46 приложений. Общий объем диссертации составляет 224 страницы. В состав диссертации включены 87 таблиц и 67 рисунков, из них 78 таблиц и 60 рисунков вынесены в приложения; 46 приложений на 111 страницах. Список использованных литературных источников включает 153 наименования.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе работы «Цена и эффективность хозяйствования: теоретический аспект» на основе анализа различных точек зрения на цену как экономическую категорию дана оценка эффективности существующего в условиях Республики Беларусь механизма ценообразования. Изучение механизма ценообразования на макроуровне посредством анализа государственной политики цен, и на микроуровне посредством оценки результативности ценовой политики отдельных субъектов хозяйствования, позволило уточнить подходы к определению категорий ценовой политики и ценовой стратегии, изучить особенности ценообразования в торговле и доказать необходимость их учета при построении ценовой политики, направленной на повышение эффективности хозяйственной деятельности.

Анализ развития теории цены от трудовой теории стоимости до неоклассического синтеза и современных направлений экономической науки показывает зависимость взглядов на сущность цены от состояния экономических отношений, сложившихся в обществе. Мировой опыт и практика реформирования экономики Республики Беларусь свидетельствуют о необходимости формирования цен на основе рыночного механизма ценообразования при сохранении определенной роли государства, как гаранта добросовестной конкуренции и социальной защиты населения. Принятая как одна из целей дальнейшей трансформации экономических отношений концепция социально-ориентированной рыночной экономики предполагает установление свободных цен на рынке, либерализацию цен. Существующая практика государственного регулирования цен, охватывающая большинство секторов экономики, не позволяет формироваться эффективному механизму рыночного

ценообразования, вызывает нарастание ряда негативных тенденций в народном хозяйстве республики. Так увеличивается доля убыточных предприятий как в целом по народно-хозяйственному комплексу, так и в торговле в частности (см. таблицу 1). При этом идет процесс снижения общего уровня рентабельности торговых организаций, их ликвидности, показателя обеспеченности собственными оборотными средствами и возрастанием запасов нереализованной продукции на складах в промышленности (на 1.01.2003 – 67% среднемесячного объема выпуска по сравнению с 63,8% на 1.01.2002).

Таблица 1.

Финансовые показатели торговых предприятий

Показатели	1999	2000	2001	2002
Индекс роста розничного товарооборота	1,11	1,12	1,28	1,129
Индекс роста потребительских цен	3,512	2,075	1,461	1,348
Индекс роста цен производителей промышленной продукции	3,451	2,680	1,391	1,427
Рентабельность (по расчетам Минстата – отношение прибыли от реализации к затратам на производство и реализацию продукции, работ, услуг), %	11,7	6,8	5,0	6,5
Рентабельность (по расчетам Министерства торговли – отношение прибыли от реализации к товарообороту), %	1,3	0,8	0,5	0,22
Удельный вес убыточных предприятий в их общем числе, %	8,8	19,1	31,7	33,2
Показатель обеспеченности собственными оборотными средствами торговых предприятий Республики Беларусь	0,06	0,03	0,02	0,01

На уровне отдельных организаций суть механизма ценообразования раскрывается посредством понятия ценовой политики организации. При этом под ценовой политикой следует понимать комплекс управленческих решений и процедур, связанных с формированием цен, их изменением и контролем их эффективности. Соответственно, ценовая стратегия есть составная часть ценовой политики, определяющая рыночные особенности цены товара или группы товаров и динамику ее изменения в зависимости от принятых организацией долгосрочных целей.

Существующие в настоящее время подходы к формированию ценовой политики организации предполагают их преимущественное использование в промышленности. В то же время торговля, как самостоятельная отрасль народного хозяйства, имеет ряд важных особенностей, обуславливающих необходимость корректировки таких подходов к ценообразованию. Так, высокая зависимость розничных цен от цен производителей и политоварность реализуемого ассортимента приводят к отказу от формирования цен на отдельный товар и предполагают определение единых подходов к формированию цен на ассортиментную совокупность. Легкость входа и выхода организаций с потребительского рынка обуславливает преобладание тактических целей и высокую роль тактических ценовых мероприятий. Это, как и тот факт, что торговля формирует только часть цены (торговую надбавку), приводит к невозможности непосредственного использования в розничной торговле многих стратегий и методов ценообразования, рассматриваемых в экономической литературе, в том числе стратегии снятия сливок, сигнализирования ценами, проникновения на рынок, методов ценообразования, основанных на учете качества товаров. Отсутствие потоварного учета издержек обращения вызывает отказ от затратного метода построения цен. В этих

условиях в торговле целесообразно рассматривать иную группировку ценовых стратегий, основанную на различии принципов формирования торговых надбавок и включающую стратегии высоких торговых надбавок, стратегии дифференцированных торговых надбавок и стратегии низких торговых надбавок.

В условиях высокой чувствительности покупателей к уровню розничных цен и с учетом отсутствия существенных финансовых резервов, позволяющих компенсировать риски потерь торговой организации, наиболее обоснованными с точки зрения автора являются стратегии дифференцированных торговых надбавок. В практике же ценообразование в торговле сложилось таким образом, что большинство торговых организаций формируют цены, исходя из максимально возможной торговой надбавки, отсутствует реальная дифференциация цен, что и приводит к снижению эффективности управления процессом закупки и продажи товаров. Следовательно, необходимость разработки методических основ формирования ценовой политики применительно к специфике торговли, обусловлена потребностями.

Во второй главе «Методика оценки воздействия ценовой политики на эффективность работы торговой организации» разработана методика оценки воздействия ценовой политики на эффективность хозяйственной деятельности субъектов торговли. Генеральной идеей методики стало уточнение инструментария анализа эффективности ценообразования, осуществляемого с учетом безубыточности и инфляционного фактора. Важной областью применения вышеназванной методики, по мнению автора, становится расчет критических показателей товарооборачиваемости запасов, торговой надбавки и уровня издержек обращения.

В работе обоснована необходимость уточнения методики анализа точки безубыточности для целей ценообразования применительно к специфике торговли. Традиционный анализ точки безубыточности в теории доказывается на условных примерах при расчете цен на один товар или однородную ассортиментную совокупность. Воспользоваться же этими рассуждениями в практике невозможно, так как торговая организация реализует тысячи наименований товаров. Опираясь на основные методологические посылки в работе обоснованы возможности уточнения методики расчета точки безубыточности для торговли. Нами выделены два укрупненных комплекса товаров, отличающихся по уровню торговой надбавки, что отражает суть организационного построения торговли по крупным товарным комплексам. Функция кривой безубыточности будет выглядеть следующим образом:

$$\gamma = \frac{\omega}{d1 \times (\chi1 - \chi2) / 100\% + \chi2 - v} \times 100\%, \quad (1)$$

где γ - точка безубыточности, руб.; ω - условно – постоянные издержки обращения, руб.; $d1$ - доля товаров с низкими торговыми надбавками в товарообороте, %; $\chi1$ - средний уровень валового дохода по первой товарной группе (с низкими торговыми надбавками), %; $\chi2$ - средний уровень валового дохода по второй товарной группе (с высокими торговыми надбавками), %; v - уровень условно – переменных издержек обращения в % к розничному товарообороту.

Минимальные значения средних уровней валового дохода по товарным группам с низкими и высокими торговыми надбавками, а также максимальную долю товаров с низкими торговыми надбавками в товарообороте можно определить по формулам:

$$\chi_1 = (v - \chi_2 \times (1 - d_1)) / d_1, \quad (2)$$

где v - уровень издержек обращения в товарообороте.

$$\chi_2 = (\chi_1 \times d_1 - v) / (d_1 - 1) \quad (3)$$

$$d_1 = (\chi_2 - v) / (\chi_2 - \chi_1) \quad (4)$$

На основании предложенной методики торговые организации могут:

1. Определить максимально допустимую величину доли товаров с низкими торговыми надбавками при плановых (сложившихся) средних уровнях валового дохода на товары с низкими и высокими надбавками, не позволяющую получить убытки.

2. Определить минимальный размер уровня валового дохода на данные товары (например, продовольственные и непродовольственные), исходя из планируемой (сложившейся) доли товаров с низкими торговыми надбавками в товарообороте.

3. Построить кривую точек безубыточности от указанных показателей, позволяющую визуализировать полученные результаты.

4. Принять решения о минимальной границе торговой надбавки в разрезе этих комплексов товаров (например, продовольственных и непродовольственных), с последующим учетом ее в процессе формирования ценовой политики.

Учитывая взаимозависимость товарооборота и торговой надбавки, целесообразно дополнить вышеизложенную методику анализа расчетами критического товарооборота при снижении цены. Для этого вместо средней торговой надбавки в отчетном периоде введем в расчеты надбавку в планируемом периоде, равную $(\chi - c)$, где c – размер снижения цены, в результате чего получим функцию критического объема товарооборота от размера снижения цены.

$$\beta = \omega \times 100\% / (\chi - c - v), \quad (5)$$

где β - величина товарооборота в покупных ценах, руб.; χ - % торговой надбавки; ω - постоянные издержки, руб.; v – уровень переменных издержек в товарообороте в покупных ценах, %; c – размер снижения цены в % к товарообороту в покупных ценах.

Проведенные исследования взаимосвязи уровня издержек обращения условно-переменных и товарооборота в розничных и покупных ценах с использованием статистических методов анализа показали, что в условиях розничной торговли при разработке ценовой политики целесообразнее в качестве сопоставимой базы принимать товарооборот в покупных ценах, так как использование показателя динамики товарооборота в розничных ценах искажает суть взаимосвязи между объемами реализации и понесенными условно-переменными затратами. В силу того, что

розничный товарооборот зависит и от уровня торговой надбавки, то при ее изменении происходит и изменение объема товарооборота, но не изменяется объем реализации в натуральных показателях и, соответственно, объем затрат.

При оценке воздействия ценовой политики на результативность деятельности важно учитывать инфляцию. Для этого предлагается воспользоваться разработанной автором в формализованном виде методикой, с помощью которой можно измерить ее воздействие на эффективность торговли и определить критическую товарооборачиваемость, обеспечивающую безубыточную работу.

Пусть β – цена приобретения товара, руб.; χ – размер торговой надбавки; ν – уровень издержек обращения в % к товарообороту в покупных ценах; J – индекс инфляции за период, рассчитанный по методу Ласпейреса; t_0 – товарооборачиваемость, дней; P – получаемая прибыль, руб..

$$\beta \neq 0; \chi \neq 0; \nu \neq 0; J \neq 0; t \neq 0.$$

$$P' = \beta \times (100\% + \chi) / (100\% \times J) - \beta - \beta \times \nu / 100\%, \quad (6)$$

где P' – скорректированная на размер инфляции прибыль.

Для решения поставленной задачи целесообразно дополнительно рассчитывать предельно допустимые величины указанных переменных, при которых организация не получит убытков от реализации с учетом корректировки на уровень цен. Т.е. предельно допустимым условием является достижение равенства: $P' = 0$.

$$\Rightarrow t_0 = 30 \times \text{LOG}(J') \left(\frac{1+\chi}{1+\nu} \right), \quad (7)$$

где J' – средний индекс роста цен за месяц; t_0 – товарооборачиваемость максимальная, при которой организация не получит убытков от реализации с учетом корректировки цены реализации на уровень инфляции; 30 – количество дней в периоде.

$$\chi = (1 + \nu) \times J'^{(t_0 / 30)} - 1, \quad (8)$$

где χ – минимальный уровень торговой надбавки, при котором при прочих равных условиях организация не получит убытков от реализации с учетом корректировки цены реализации на уровень инфляции.

В практике торговой организации широко используется стимулирование продаж. Учитывая особую роль цены, как фактора привлечения покупателей, наиболее распространенным методом является снижение цен или предоставление различных ценовых скидок. При выборе товаров, по которым возможно изменение цены, целесообразно воспользоваться инструментом оценки эластичности продаж от цены. Необходимо отметить, что эластичность спроса принято определять в целом для региона, национального рынка. На микроуровне же необходимо знать ценовую эластичность продаж отдельной торговой организации (товарооборота), которая зависит скорее от состояния локальных рынков товара. Под эластичностью продаж от цены мы понимаем изменение объема продаж в ответ на изменение цены на рынке.

Коэффициент эластичности товарооборота от цены представляет размер изменения товарооборота при изменении цены на 1 %. Одним из направлений исследования эластичности продаж от цены является построение кривой спроса и нахождения на ней таких ценовых точек, в которых целевой рынок будет особенно чувствителен к изменению цен, что подтверждается материалами опроса покупателей, проведенного автором (рис.1.). Ценовые точки - значения цен, при которых многие потребители покупают товар, или от него отказываются, что приводит к резкому изменению продаж.



Рис.1. Ценовая чувствительность покупателей УП «Кирмаш» на электрочайники

Таблица 2.

Эластичность продаж от цены на электрочайники в УП «Кирмаш»

Приемлемая цена			Приемлемая цена		
Характеристика товаров	Эластичность	Ценовые промежутки, тыс.р.	Характеристика товаров	Эластичность	Ценовые промежутки, тыс.р.
отечественные	2,13	30-40	импортированные	-5,64	150-160
отечественные	1,96	40-50	импортированные	-1,26	160-170
отечественные	0,23	50-60	импортированные	-1,46	170-180
импортированные	1,13	60-70	импортированные	-0,83	180-200
импортированные	-0,63	70-100	импортированные	-8,17	200-210
импортированные	-0,31	100-110	импортированные	-1,62	210-220
импортированные	-1,25	110-120	импортированные	-5,87	Более 220
импортированные	-1,75	120-150			

Данное представление результатов исследования эластичности продаж от цены позволило выявить диапазоны цен, при которых целесообразно их изменение (так в диапазоне 30 – 70 тыс.руб. может быть целесообразным увеличение торговых надбавок, а в диапазоне 130 – 160 и свыше 200 тыс.руб – их снижение).

Расчеты фактической эластичности имеют высокую степень погрешности. Если организация принимает решение, опираясь только на методы расчёта эластичности, предлагаемые в экономической литературе, она рискует столкнуться со значительными отклонениями от прогнозных величин. Качество расчетов повысится в случае предварительного определения необходимого предприятию размеры коэффициента эластичности товарооборота от цены. Сравнивая фактическую эластичность с необходимой для достижения цели, можно выявить диапазоны цен на товары, в которых снижение цен обоснованно. Необходимым условием, определяющим нижний предел эластичности, для достижения цели "увеличение прибыли" является равенство:

Валовой доход отчетный – издержки отчетные = валовой доход в будущем периоде (после предоставления скидки)–издержки в будущем периоде.

Пусть α – цена закупки, руб.; β – объём оборота в отчетном периоде, шт.; χ – торговая надбавка отчетная, руб.; ε – размер изменения цены, руб.; $\varepsilon_{кр}$ – эластичность товарооборота от цены.:

$$\text{для снижения цен } \epsilon_{\text{кр}} = - \frac{2 \times \alpha + 2 \times \chi - c}{2 \times \chi - 2 \times v - c} \quad (10)$$

Чтобы организация была заинтересована в снижении цены для повышения прибыли, эластичность товарооборота на участке цены $(\alpha + \chi) - (\alpha + \chi - c)$ должна быть не менее $\epsilon_{\text{кр}}$ по абсолютной величине. При отрицательной величине дуговой эластичности, меньшей по модулю, нежели 4,33 независимо от величины издержек, данная цель ценовой политики недостижима.

При постановке цели «выживание на рынке» организация может и не получить прибыль, но необходимо, чтобы, по крайней мере, валовой доход будущий был не меньше валового дохода отчетного, при условии, что уровень валового дохода больше уровня переменных издержек. Тогда предельно допустимый размер коэффициента дуговой эластичности товарооборота от цены можно найти по формуле 11.

$$\text{для снижения цены } \epsilon_{\text{кр}} = - \frac{2 \times \alpha + 2 \times \chi - c}{2 \times \chi - c} \quad (11)$$

Так, для УП «Кирмаш» в 4 квартале 2002 года для цели увеличения прибыли эластичность оборота при снижении цены на 5% к цене приобретения минимально необходимая величина коэффициента эластичности продаж от цены, рассчитанная по формуле (10) составляла -6,51, для снижения на 1% - соответственно -6,07. Сопоставляя эти данные с результатами исследования ценовой чувствительности покупателей, можно констатировать, что единственным диапазоном, в котором целесообразно установление более низких торговых надбавок является 200 – 210 тыс.руб., что связано с образованием ценовой точки на кривой спроса на данный товар 200 тыс.руб.

В третьей главе работы «Концептуальные основы формирования ценовой политики торговой организации» показан алгоритм построения активной ценовой политики, отражающий главный принцип ее формирования, проведенный через всю работу – достижение поставленных целей. Для его реализации в работе определены принципы дифференциации торговых надбавок на реализуемый ассортимент товаров.

С учетом отмеченных ранее особенностей ценообразования в торговле автором определены и обоснованы цели ценовой политики (выживание на рынке, ускорение товарооборачиваемости, увеличение прибыли, создание имиджа и сохранение положения на рынке). Управленческие решения и процедуры в области ценообразования в торговле должны приниматься в зависимости от выбранной стратегии ценообразования, при этом более предпочтительной для современных условий хозяйствования является стратегия дифференцированных торговых надбавок.

В розничной торговле мы рекомендуем применять три основных подхода к дифференциации торговых надбавок: в зависимости от оборачиваемости товаров; доли товарной группы в товарообороте; по принципу отнесения товара к товарам повседневного спроса, предварительного выбора или специального ассортимента. Обоснованность дифференциации надбавок на товары по признаку оборачиваемости товаров оценивается по критической товарооборачиваемости, рассчитываемой по

формуле (7). Минимальная торговая надбавка на товары с учетом фактической или плановой оборачиваемости определяется по формуле (8). Если фактическая оборачиваемость превышает расчетную, необходимо поставить цель ускорения товарооборачиваемости и снижения торговой надбавки до минимального уровня, позволяющего окупить условно-переменные затраты.

При дифференциации торговых надбавок в зависимости от доли в товарообороте необходимо оценивать структуру товарооборота, уровень товарной специализации и его динамику. Чем выше уровень товарной специализации, тем более оправдано применение такого подхода. Уровень специализации может быть оценен двумя предложенными методами: исходя из показателя суммы квадратов долей товарных групп в товарообороте, исходя из характера кривой, показывающей нарастание совокупной доли товарных групп в товарообороте при увеличении их количества. Если товарные группы проранжированы по увеличению доли в обороте, то, чем ближе кривая организации к биссектрисе, тем меньше уровень специализации. В случае использования показателя суммы квадратов долей товарных групп в товарообороте нарастание показателя характеризует повышение уровня специализации (рис.2.).



Рис.2. Динамика показателя специализации торговой организации, рассчитанного по индексу квадрата долей товарных групп в товарообороте

Наименьшим уровнем специализации (рис.2.) характеризуется ОАО «ЦУМ-Минск». Дифференциация торговых надбавок по принципу доли в товарообороте может быть использована СП ТД «На Немиге», уровень специализации которого значительно превышает показатели других крупных универмагов г.Минска.

Для УП «Кирманш» наиболее приемлемым является использование стратегии дифференциации торговых надбавок, основанной на возможности отнесения их к товарам предварительного выбора, повседневного спроса или специального ассортимента. Это обуславливается месторасположением, более высоким, по сравнению с ОАО«ЦУМ-Минск», УП«Универмаг «Беларусь» и ОАО«ГУМ» уровнем специализации, а также выявленным на основании опроса стабильным контингентом покупателей. По товарам повседневного спроса торговые надбавки устанавливаются в соответствии с действующими государственными ограничениями и конъюнктурой рынка, так как их снижение не позволяет рассчитывать на существенный рост продаж. К тому же, по многим товарам, относящимся к этой группе торговые надбавки часто не покрывают издержки обращения. На основе предложенной методики учета инфляционного фактора нами проведены необходимые исследования расчетных торговых надбавок по товарам предварительного выбора (таблица 3.).

Таблица 3.

Расчетные торговые надбавки на товары предварительного выбора УП«Кирмаш»

Секции	1998	1999	2000	2001
Сувениры, канцтовары	28,44%	48,58%	38,42%	25,16%
Керамика	23,94%	33,96%	30,64%	22,72%
Мебель	21,23%	31,14%	35,43%	24,75%
Хозтовары	21,98%	29,14%	28,77%	22,28%
Парфюмерия	29,45%	44,65%	41,32%	25,46%
Ткани	34,73%	99,31%	76,46%	35,33%
Обувь	25,40%	36,77%	32,82%	23,13%
Галантерея	23,67%	36,28%	35,21%	24,49%
Товары для дома	24,14%	38,07%	34,87%	23,55%
Одежда для мужчин	26,57%	42,08%	38,41%	25,75%
Одежда для женщин	24,77%	40,01%	37,50%	26,05%
Ювелирные изделия	29,29%	48,34%	48,89%	26,49%
ИТОГО	25,21%	39,86%	37,00%	24,71%

Обоснование тактических изменений цен необходимо проводить по ценовым диапазонам. Их определение позволяет выявить возможности корректировки цен, обеспечивающие существенный рост товарооборота. Выбор ценового диапазона подтверждается расчетом предельно допустимой эластичности товарооборота от цены.

Заключительной стадией формирования ценовой политики организации торговли должна стать оценка ее эффективности, базирующаяся на системе критериев эффективности, в зависимости от поставленной цели. Для главной в нынешней экономической ситуации в торговле цели увеличения прибыли в случае снижения торговых надбавок критериями эффективности становятся рост товарооборота, снижение уровня издержек и увеличение прибыли. Процедура оценки эффективности ценовой политики, направленной на увеличение прибыли, рассмотрена на рис.3.

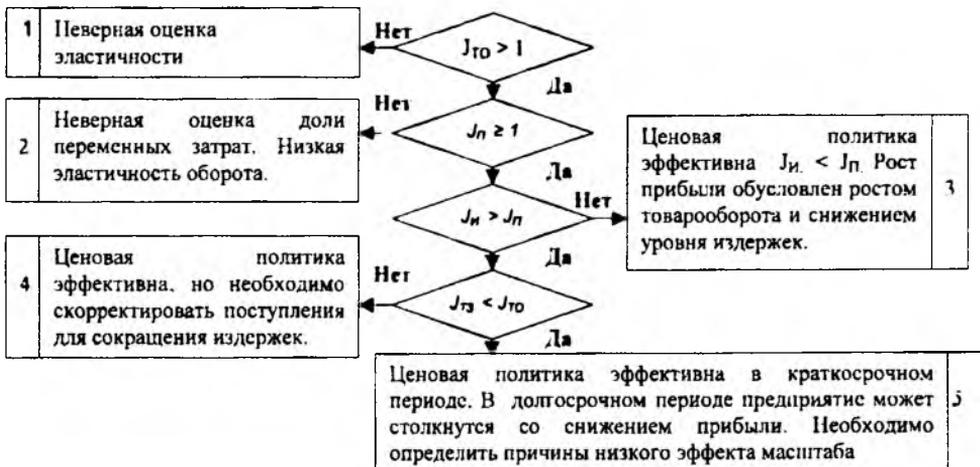


Рис. 3 Оценка эффективности политики снижения торговых надбавок с целью увеличения прибыли

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование позволяет сделать следующие основные выводы и предложения:

1. Кризис командно – административной системы управления, основанной, во многом, на положениях трудовой теории стоимости, показал необходимость использования механизма рыночного ценообразования. Формирование социально – ориентированного рыночного хозяйства предъявляет определенные требования как к методам и задачам государственного регулирования цен, так и к способам и приемам ценовой конкуренции на рынке.

Обеспечение функционирования механизма рыночного ценообразования при сохранении за государством функций обеспечения правил честной конкуренции и защиты потребителей является необходимой составляющей дальнейшего преобразования национальной экономической системы Республики Беларусь.

Проведенное исследование позволило уточнить определение ценовой политики организации, выявить особенности ценообразования в торговле, на основе которых была предложена иная классификация целей, стратегий ценообразования в торговле.

Под ценовой политикой организации необходимо понимать комплекс управленческих решений и процедур, связанных с формированием цен, их изменением и контролем их эффективности. Соответственно, ценовая стратегия есть составная часть ценовой политики, определяющая рыночные особенности цены товара или товарной группы и динамику ее изменения в зависимости от принятых организацией долгосрочных целей.

Торговые фирмы, функционирующие на территории Республики Беларусь, обязаны, как субъекты хозяйствования, учитывать особенности проявления механизма ценообразования в торговле с учетом специфики хода трансформации экономики, которые связаны, с одной стороны, со спецификой самой торговой деятельности, а с другой – с макроэкономическими принципами, положенными в основу государственной экономической политики. В частности, быстрая изменчивость конъюнктуры рынка, свобода входа и выхода на рынок, политоварность ассортимента обуславливают корректировку подходов к определению целей ценовой политики организации в долгосрочном и краткосрочном периодах. Особенности торговли определяют и специфику целей ценовой политики торговой организации: выживание на рынке, ускорение товарооборачиваемости, увеличение прибыли, создание имиджа и сохранение положения на рынке.

Целесообразно выделять следующие группы ценовых стратегий: стратегии высоких, низких и дифференцированных торговых надбавок. Опыт, накопленный в практике и теории ценообразования в торговле, показывает, что наиболее эффективными являются стратегии дифференцированных торговых надбавок (в т.ч. ценовые ряды, «высокие / низкие цены», премиальное ценообразование) [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13].

2. Для формирования обоснованной ценовой политики торговой организации необходимо оценивать влияние изменения ценовых факторов на конечные результаты

хозяйственной деятельности. Такая оценка проводится по показателям торговых надбавок, издержек обращения, уровня валового дохода, точки безубыточности. Используя логические, экономико-статистические методы исследования, был обоснован учет при оценке влияния ценовых факторов на результаты хозяйствования уровня условно-переменных издержек к товарообороту в покупных ценах.

В этой связи потребовалось уточнить расчет точки безубыточности для применения в торговле. Суть уточнений сводится к определению двух комплексов товаров и построению кривой безубыточности. Эта методика позволяет определить критическую величину доли товаров с низкими торговыми надбавками в товарообороте, средние уровни валового дохода на товары с низкими и высокими надбавками, соотношение уровней валового дохода на данные товары, при котором планируемый (фактический) товарооборот не приведет к получению убытков [1], [2].

3. Товарооборачиваемость, уровень условно-переменных издержек обращения и торговая надбавка являются важнейшими характеристиками, учитываемыми при формировании активной ценовой политики в торговле. Решение задачи ускорения товарооборачиваемости требует расчета минимально торговой надбавки и уровня условно-переменных издержек. Определение минимальной торговой надбавки, максимального размера товарооборачиваемости, уровня условно-переменных издержек требует корректировки розничных цен на темп инфляционного роста цен. Эти показатели, рассчитанные в соответствии с предложенной нами методикой, являются основой корректировки ценовой политики для целей повышения эффективности розничной торговли, служат исходной посылкой при определении количественных параметров сформированных ценовой стратегии и тактики организации [14].

4. Суть ценовой политики и методы ее реализации тесно связаны со степенью зависимости товарооборота от изменения цен. Оценки фактически складывающейся эластичности товарооборота от цены отличаются высокой степенью погрешности, независимо от метода получения информации. Непосредственное использование данных об эластичности товарооборота от цены в практике торговой организации невозможно в силу высокого риска ошибок.

Для повышения надежности показателей эластичности товарооборота от цены, а также для упрощения их использования целесообразно дополнять изучение фактической эластичности оценкой критического размера дуговой эластичности товарооборота от изменения цены, рассчитываемой в соответствии с предложенной методикой, учитывая при этом цель, поставленную перед ценовой политикой организации. При этом наиболее эластичным от цены должен быть товарооборот при постановке цели увеличения прибыли. Минимальный по абсолютной величине отрицательный размер коэффициента дуговой эластичности, с учетом существующих для большинства товаров ограничений торговой надбавки в размере 30%, является 4,33. При более низких показателях дуговой эластичности организация не сможет добиться увеличения прибыли путем снижения торговых надбавок, независимо от величины такого снижения и структуры издержек [3], [4], [5].

5. Для успешного функционирования торговой организации она должна проводить активную ценовую политику. При этом алгоритм ее разработки и

реализации должен включать следующие этапы: определение целей и задач ценообразования; выбор критериев эффективности; анализ внешней и внутренней среды (в соответствии с предложенными методами); выбор стратегии ценообразования, учитывающей особенности отрасли; выбор метода ценообразования; определение методов и приемов ценовой тактики; формирование цен с учетом психологических факторов и текущей конъюнктуры; контроль эффективности ценовой политики.

В отличие от существующей практики установления максимальной разрешенной государством торговой надбавки на большинство товаров, для торговых организаций Республики Беларусь целесообразно использовать стратегию дифференцированных торговых надбавок, поскольку именно их применение обеспечивает более высокие конечные результаты. При этом возможны следующие подходы к определению принципов такой дифференциации: на основе сложившейся товарооборачиваемости, на основе занимаемой товарной группой доли в товарообороте, дифференциация торговых надбавок по матрице «товар-патронаж». При этом могут использоваться данные анализа уровня специализации организации и изучения особенности занимаемого сегмента рынка по показателю квадратов долей отдельных товарных групп в товарообороте. На основании такого анализа нами были сделаны выводы о приемлемости использования соответствующих принципов дифференциации торговых надбавок на товары при формировании ценовой стратегии.

Оценка эффективности ценовой политики неразрывно связана с оценкой факта достижения поставленной цели. Это, в свою очередь, предполагает обоснование критериев эффективности ценообразования организации для каждой цели в отдельности, определение потребности в изменении отдельных управленческих решений или процедур, составляющих ценовую политику [11, [14], [15].

Все расчеты проведены на примере пяти крупнейших розничных торговых организаций г. Минска и Республики Беларусь. Результаты практических исследований, в т.ч. разработка и внедрение ценовой политики УП «Кирмаш», показали состоятельность теоретических положений и возможность их использования торговыми организациями в практике хозяйствования.

СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ

1. Ерчак А.И. Особенности применения CVP-анализа в торговле // Вестник Белорус. гос. экон. ун-та. - 2003. - №2. - С.43-47.
2. Ерчак А.И. Методика оценки границ экономической безопасности деятельности торговой организации с помощью анализа точки безубыточности// Бухгалтерский учет и аудит в торговле. - 2003. - № 4. - С.37 - 42.
3. Ерчак А.И. Анализ предельных величин коэффициентов эластичности продаж от цены в практике торгового предприятия// Маркетинг в России и за рубежом. - 2003.-№3.-С. 53-57.
4. Ерчак А.И. Использование категории эластичность продаж от цены в практике ценообразования торгового предприятия. // Проблемы экономики в переходном периоде: Сб. ст. молод. ученых/ Белорус. гос. экон. ун-т – Минск, 2001. – С. 80 – 84.
5. Ерчак А.И. Анализ предельных величин коэффициента эластичности продаж // Менеджмент и маркетинг. Опыт и проблемы: Сб. науч. трудов/ Белорус. гос. экон. ун-т.; Под общ. ред. И.Л. Акулича – Минск, 2002. –С. 89-91.
6. Ерчак А.И. Особенности рыночного ценообразования в розничной торговле РБ // Маркетинг, реклама, сбыт. – 2003. – №1. – С. 53-56.
7. Ерчак А.И. К вопросу об эффективности ценообразования в торговле// Экономика, финансы, управление. – 2003. – №2. – С.55-59.
8. Ерчак А.И. Новые подходы к формированию ценовой ассортиментной политики частного предпринимательства в торговле. // Предпринимательство: проблемы и перспективы: Тезисы докл. науч.- практ. конф. „Минск, 16 апреля 1999 г. / Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 1999. – С.136 – 138.
9. Ерчак А.И. Об эффективности регулирования торговых надбавок // Коммерческое дело в России: история, современное состояние, будущее: Тезисы докладов. – М.: Издательство МГУК, 1999. – С.175 – 178.
10. Ерчак А.И. Методы калькулирования торговых надбавок // Проблемы менеджмента и маркетинга на рубеже третьего тысячелетия: Тезисы докладов международной науч.-практ. конф., Минск, 24-25 мая 1999 г. /Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 1999. – С. 58.
11. Ерчак А.И. К вопросу об анализе эффективности ценовой политики торгового предприятия// Проблемы учета, анализа и статистики на рубеже веков: Тезисы докладов междунар.науч.-практ.конф., Минск.20-21 апреля 2000 г. / Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 2000. –С. 75-76.
12. Ерчак А.И. К вопросу об эффективности ценообразования на розничных торговых предприятиях //Торговля в экономической системе: теория и практика: Тез. докл. междунар. науч.-практ. конф. „Минск, 7-8 мая 2002г. / Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 2002. – С. 153 – 154.

13. Ерчак А.И. Эффективность государственного регулирования ценообразования в РБ // Теория и практика менеджмента и маркетинга: Тез. докладов междунар. науч.-практ. семинара .Минск, 29-30 мая 2002г. / Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 2002. –С. 83-84.

14. Ерчак А.И. Взаимосвязь скидок с розничной цены и показателя товарооборачиваемости запасов // Проблемы современной ценовой политики: теория, методология, практика: Материалы междунар. науч.-практ. семинара, Минск, 30-31 октября 2002 г. / Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 2002. – С. 96-97.

15. Ерчак А.И. Специализация предприятий розничной торговли// Теория и практика менеджмента и маркетинга: Тез. докл. междунар. науч.-практ. конф., Минск, 27-28 мая 2003г. / Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 2003 – С. 121.

Ерчак Александр Иванович

Формирование ценовой политики и оценка ее воздействия на эффективность розничной торговли

Ключевые слова: цена, ценообразование, механизм ценообразования, ценовая политика, торговая надбавка, эффективность, безубыточность, розничная торговля, особенности торговли, инфляция, товарооборачиваемость, издержки обращения, эластичность товарооборота от цены, цель ценовой политики, принципы дифференциации торговых надбавок, система оценки эффективности ценовой политики.

Объект и предмет исследования. Объектом исследования является деятельность ведущих розничных торговых организаций г. Минска ОАО «ЦУМ – Минск», ОАО «ГУМ», УП «Универмаг «Беларусь», СП ТД «На Немиге», УП «Кирмаш». Предметом исследования выступает комплекс теоретико–методологических и практических вопросов формирования ценовой политики и оценки ее воздействия на эффективность розничной торговли.

Цель исследования. Целью работы является разработка и обоснование методологических подходов к формированию ценовой политики, направленной на повышение эффективности розничной торговли на внутреннем рынке.

Основные методы исследования - монографический, экономико – математический методы, а также специфические статистические приемы: группировок, ранжирования, сравнения, корреляционного анализа.

К наиболее значимым результатам, имеющим **научную новизну, относятся:** уточненный с учетом специфики отрасли алгоритм формирования ценовой политики розничной торговой организации; методика оценки влияния ценовой политики на результаты хозяйственной деятельности организации торговли; методика оценки границ экономической безопасности деятельности торговой организации с помощью анализа кривых безубыточности; методика определения величин показателей торговой надбавки, товарооборачиваемости запасов и уровня издержек обращения, при которых организация не получит убытков с учетом инфляции; разработанная система контроля эффективности ценовой политики.

Рекомендации по использованию и область применения. Основные положения диссертации могут быть использованы для разработки мер по формированию активной ценовой политики, управлению валовым доходом и товарными запасами торговой организации, направленных на повышение эффективности хозяйственной деятельности.

Ярчак Аляксандр Іванавіч

**Фарміраванне цанавой палітыкі і ацэнка яе ўздзеяння на эфектыўнасць
рознічнага гандлю**

Ключавыя словы: цана, цэнаўтварэнне, механізм цэнаўтварэння, цанавая палітыка, гандлевая надбаўка, эфектыўнасць, бяспратнасць, **рознічны гандаль**, асаблівасці **гандлю**, інфляцыя, тавараабарачальнасць, выдаткі абарачэння, эластычнасць тавараабароту ад цаны, мэта цанавой палітыкі, прынцыпы дыферэнцыяцыі гандлевых надбавак, сістэма ацэнкі эфектыўнасці цанавой палітыкі.

Аб'ект і прадмет даследавання. Аб'ектам даследавання з'яўляецца дзейнасць вядучых рознічных гандлевых арганізацый г. Мінска ААТ «ЦУМ – Мінск», ААТ «ГУМ», УП «Універмаг «Беларусь», СП ГД «На Нямізе», УП «Кірмаш». Прадметам даследавання выступае комплекс тэарэтычна– метадалагічных і практычных пытанняў фарміравання цанавой палітыкі і ацэнка яе ўздзеяння на эфектыўнасць рознічнага гандлю.

Мэта даследавання. Мэтай дысертацыі з'яўляецца распрацоўка і абгрунтаванне метадалагічных падыходаў да фарміравання цанавой палітыкі і ацэнкі яе ўздзеяння на эфектыўнасць рознічнага гандлю на ўнутраным рынку.

Асноўныя метады даследавання - манаграфічны. эканоміка – матэматычны метады, а таксама спецыфічныя статыстычныя прыёмы: груповак, ранжыравання, параўнання, карэляцыйнага аналізу.

Да найбольш значных вынікаў, маючых **навуковую навізну, адносяцца:** удакладнены з улікам спецыфікі галіны алгарытм фарміравання цанавой палітыкі рознічнай гандлевай арганізацыі; метадыка ацэнкі ўздзеяння цанавой палітыкі на вынікі гаспадарчай дзейнасці арганізацыі гандлю; метадыка ацэнкі межаў эканамічнай бяспекі дзейнасці гандлевай арганізацыі з дапамогай аналізу крывых бяспратнасці; метадыка вызначэння велічынь паказчыкаў гандлевай надбаўкі, тавараабарачальнасці запасаў і ўзроўню выдаткаў абарачэння, пры якіх арганізацыя не атрымае страт з улікам інфляцыі; распрацаваная сістэма кантролю эфектыўнасці цанавой палітыкі.

Рэкамендацыі да выкарыстання і галіна прымянення. Асноўныя палажэнні дысертацыі могуць быць выкарастаны дзеля распрацоўкі мераў па фарміраванню актыўнай цанавой палітыкі, кіраванню валавым даходам і таварнымі запасамі гандлевай арганізацыі, якія напраўлены на павышэнне эфектыўнасці гаспадарчай дзейнасці.

Yerchak Alexander Ivanovich

Forming of pricing policy and evaluation of its influence on the effectiveness of retail trade

Key words: price, pricing, gear of pricing, pricing policy, trade extra charge, effectiveness, breakeven, retail trade, trade peculiarities, inflation, commodity turnover, turnover expenses, turnover elasticity from price, objective of pricing policy, principles of differentiation of trade extra charges, system of evaluation of the effectiveness of the pricing policy.

Object and subject of research. Object of research is the activity of the leading retail trade organisations of Minsk: corporation “CUM – Minsk” Ltd, corporation “GUM” Ltd, unitary enterprise “Department store “Belarus”, JV Trading House “Na Nemige”, unitary enterprise “Kirmash”. The subject of research is a complex of theoretical and methodological, and practical problems on forming of pricing policy and evaluation of its influence on the effectiveness of retail trade.

The purpose of research is the development and justification of methodological approaches to the forming of pricing policy aimed at the increasing of the effectiveness of retail trade on the internal market.

The basic methods of research are monographic, economic-mathematical methods and also specific statistical techniques: grouping, ranking, matching, correlation analysis.

The most significant outcomes having **scientific novelty** are: algorithm of the forming of the pricing policy of a retail trade organisation adjusted to the specific character of the branch; methods of estimation of the pricing policy influence on the results of the economic activity of a trade organisation; methods of estimation of the economic safety boundaries of the economic activity of a trade organisation with the help of the analysis of the break-even curve; methods of estimation of the trade extra charge indices, commodity turnover and the level of turnover costs under which the organisation will not suffer inflation losses; a developed system for controlling the effectiveness of the pricing policy.

Field of application and recommendations for utilization. The main principles of the research can be used for working out measures on the forming of an active pricing policy, managing the gross revenue and commodity stocks of a trade organisation aimed at increasing the effectiveness of economic activity.

Подписано в печать 02.06.2003. Формат 60×84/16. Бумага офсетная.
Офсетная печать. Усл. печ. л. 1,4. Тираж 100 экз. Заказ 158

Белорусский государственный экономический университет.
Лицензия ЛВ № 170 от 21.01.2003.
220070, Минск, просп. Партизанский, 26.

Отпечатано в Белорусском государственном экономическом университете
Лицензия ЛП № 336 от 16.03.1999.
220070, Минск, просп. Партизанский, 26.