
**ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ ОПТИМІЗАЦІЇ
УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ЦІН
В УМОВАХ РИНКОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ**
(в сфері споживчої кооперації)

ШЕЛЕСТ Світлана Олександрівна, заступник директора Белгород-Дністровського кооперативного технікуму

Проблема формування цін у ринковій економіці є чи найважливішою. Вона стосується інтересів як виробників товарів і послуг, так і їх споживачів, а опосередковано й інтересів держави і суспільства через механізми одержання податків. Тому в умовах ринкового реформування економіки питання ціноутворення стають одним з головних напрямків наукових економічних досліджень. Цими проблемами займаються О. Антипіна, Т. Артьомова, Є. Балацький, М. Макаренко, О. Малафеева, Б. Пасхавер, К. Симоненко та ін.

Однією з найбільш актуальних проблем в сфері ціноутворення є питання обґрунтованості стратегічних і оперативних управлінських рішень щодо формування цін. Його слід трактувати по-різному та на різних рівнях. Якщо оперативні управлінські рішення на рівні управління і конкретних секторів споживчого суспільства в основному пов'язані із здійсненням конкретних операцій господарюючими суб'єктами, то управлінські рішення з приводу вироблення і реалізації стратегії підприємства на рівні загального розвитку споживчого суспільства пов'язані з концептуальними проблемами пристосовування підприємств до змінних умов функціонування. Загальний стан економіки, платоспроможність споживачів, рівень технологій та стан конкуренції, провідні тенденції розвитку суспільства та багато інших факторів потрібно враховувати товаровиробнику при розробці цінової стратегії. Все це говорить про те, що всі рішення щодо ціноутворення вимагають всебічного економічного обґрунтування.

Таке обґрунтування управлінських рішень потребує наявності необхідної зовнішньої і внутрішньофірмової інформації, відповідну організацію і технологію її обробки і подачі для тих, хто в кінцевому рахунку приймає відповідні рішення. Тому найважливішими видами робіт, пов'язаних з економічним обґрунтуванням управлінських рішень щодо встановлення цін є аналіз, прогнозування і планування цінової політики господарюючого суб'єкта.

Вдосконалення аналітичної роботи у сфері цін і ціноутворення включає як методичні підходи до її проведення, так і питання формування науково обґрунтованого інструментарію аналізу. Одним з реальних напрямів підвищення якості економічної роботи може служити застосування показника цінової еластичності фізичного об'єму продажів. У цій статті в основному будуть розглядатися питання ціноутворення у виділеному аспекті в сфері споживчої кооперації.

Якщо дозволяє інформаційна база працівникам економічних підрозділів споживчих товариств, то доцільно регулярно розраховувати коефіцієнти цінової еластичності фізичного об'єму продажів не тільки за укрупненими товарними групами, але й за найважливішими асортиментними позиціями. Проте така робота вимагає проведення спеціальних спостережень не лише за динамікою цін, але й за об'ємами реалізації окремих товарів. При відсутності такої інформації працівникам апарату управління кооперативних організацій доцільно застосовувати агрегований показник еластичності - еластичність виручки за ціною.

Еластичність виручки від продажів будь-якого товару тісно пов'язана з еластичністю попиту на цей товар, оскільки еластичність попиту за ціною нерідко негативна. Еластичність

виручки за ціною негативна для товарів, попит на які є еластичним, і позитивна для товарів, попит на які є нееластичним. Це означає, що якщо попит нееластичний, то зміна ціни викликає зміну виручки в тому ж напрямі; продавцям вигідно підвищувати ціну, що приводить до збільшення їх виручки. Для еластичного попиту зміна виручки відбувається в напрямі, протилежному зміні ціни, і для підвищення виручки продавцям вигідно знижувати ціну. Аналогічно, підвищення податку на товар з еластичним попитом спричинить скорочення доходу від оподаткування.

З метою вдосконалення аналітичної роботи необхідно більшу увагу надавати аналізу впливу цінового чинника на показники господарської діяльності кооперативних організацій. В практиці економічної роботи прийнято розраховувати товарообіг у порівняльних цінах і темпи його зміни. На наш погляд, доцільно застосовувати й інші показники, що розраховані у порівняльному вигляді, зокрема, найважливіші показники ефективності використання виробничих ресурсів — фондівіддачі і продуктивності праці. Економісти споживчих товариств і виробничих підприємств споживчої кооперації повинні знати, що при розрахунку показників фондівіддачі необхідно застосовувати два різних дефлятора. Якщо товарообіг перераховують по середньозваженому індексу споживчих цін, то середньорічну вартість основних засобів необхідно перераховувати за підсумками їх переоцінки. Отриманий на цій основі показник фондівіддачі дозволить ефективно охарактеризувати динаміку цього показника, незалежно від впливу цінового чинника, що украй важливо для ухвалення рішень з приводу підвищення ефективності використання основних засобів.

Розрахунок продуктивності праці у порівняльних цінах необхідний для відстежування тенденцій зміни реального навантаження і чисельності працівників кооперативних підприємств. Цей показник важливий також при аргументуванні рішень з приводу матеріального стимулювання праці в умовах незбалансованої інфляції.

Крім того, у сфері ціноутворення самостійним предметом аналізу виступають доходи юридичних осіб. Необхідність аналізу доходів викликана тим, що зараз динаміка доходів украй рідко співпадає з динамікою виручки, тому доходи потрібно розглядати як окремий предмет аналізу з позиції їх впливу на зміну прибутку.

Основними завданнями аналізу є виявлення реальних причин зміни рівня і суми доходів; оцінка ступеня впливу зовнішніх чинників і розробка напрямів пристосовування підприємств до змін зовнішнього середовища; оцінка ступеня впливу внутрішніх керованих змінних і обґрунтування майбутніх управлінських рішень.

Сьогодні працівники фінансово-економічних служб кооперативних організацій надають недостатньо уваги аналізу так званого реалізованого накладення. Традиційно в кооперативній торгівлі розраховують рівень цього показника у відношенні до загального об'єму роздрібного товарообігу і його динаміку, ігноруючи аналіз чинників торгових доходів. На наш погляд, в умовах, що склалися, необхідний глибокий аналіз динаміки суми і рівня операційних доходів. З метою виявлення ступеня впливу основних чинників доцільно проводити розрахунок коефіцієнта еластичності від зміни роздрібних цін; зміни товарообігу і інших чинників. Також необхідно темпи динаміки доходів зіставляти з темпами динаміки витрат і з темпами динаміки податків, що входять безпосередньо в ціну товару.

Керівникам кооперативних організацій можна рекомендувати вимагати від працівників, економічних підрозділів проведення порівняльного аналізу доходів по підприємствах і торгових точках. Як правило, зараз розмір торгової націнки в рамках однієї юридичної особи не диференціюють, хоча рівень витрат по всіх торгових точках різний. Слід було б диференціювати націнку для отримання однакової рентабельності, тобто використовувати широко відомий підхід до ціноутворення "витрати плюс нормальний прибуток".

Якщо в окремо взятому споживчому підприємстві рівень націнки диференціюється, то слід способом процентних чисел аналізувати вплив розміщення товарної маси (загального об'єму надходження) по господарських точках на середній рівень доходів.

Крім того, порівняльний аналіз дозволяє виявити конкретні резерви нарощування суми доходів за рахунок використання передового досвіду.

З позицій розподілу і використання отриманих доходів доцільно аналізувати структурні зсуви, питому вагу окремих напрямів використання в загальній сумі доходів: по частці податків; по частці матеріальних витрат; по частці заробітної платні; по частці прибутку.

В умовах збиткової торгової діяльності особливо важливою є оцінка впливу динаміки доходів на фінансовий результат. Спрощено такий аналіз виконують "за інших рівних умов" способом ланцюгової підстановки. На нашу думку, більш обґрунтовані результати щодо впливу доходів на рівень рентабельності та суму прибутку дозволяє отримати порівняння граничних доходів і граничних витрат. Якщо граничний дохід більше або рівний граничним витратам, є привід нарощувати виробництво або об'єм продажів, якщо менше — то навпаки.

В практиці економічної роботи доходи розглядаються як безперервний потік наявних і безготівкових надходжень, хоча насправді цей потік украй нерівномірний і неритмічний. Тому, при проведенні перспективного аналізу доходів часто виникає неправильне припущення про те, що їх сумарної величини достатньо для покриття сумарних витрат (грошових платежів). Якщо ж урахувати чинник часу і дискретний характер потоку надходження і потоку платежів, може виявитися, що в певних інтервалах у підприємств утворюється або значний дефіцит готівки або безготівкових засобів, або тимчасовий надлишок грошових коштів, тому завдання працівників фінансово-економічних служб полягає в тому, щоб забезпечити тісний взаємозв'язок планування доходів і планування платежів.

Планування платежів доцільно здійснювати на короткостроковий період - квартал з розбиттям за місяцями. Планування складається з двох частин: грошові надходження і номінальні грошові витрати. Ціль розробки таких планів полягає в пошуку критичних точок, тобто моментів дисбалансу між грошовими надходженнями і потребою в грошах з погляду виплат. В умовах, що склалися, грошові надходження доцільно планувати в рамках основної діяльності. Основний потік їх надходження в торгівлі — торгова виручка. Решта джерел наявних і безготівкових засобів украй нестабільна і не піддаються плануванню.

Номінальні грошові витрати складаються з двох основних потоків: гроші, що направляються на закупівлю товарів, і витрати підприємства. Дисбаланс між надходженнями і платежами в умовах інфляції має негативні наслідки в будь-якому з двох випадків - надлишок і нехватка коштів. Нехватка коштів для здійснення платежів різко знижує об'єми реалізації, отже ефект масштабу працює у зворотному напрямку. Надлишок засобів у вигляді вільного залишку на розрахунковому рахунку або у вигляді запасу готівки може знецінитися під впливом інфляції. Планування платежів повинне цілеспрямовано виключати можливий дисбаланс.

Ретроспективний аналіз формування і використання торгових доходів служить основою для розробки середньострокових і короткострокових прогнозів. Прогноз доходів необхідний для прогнозування прибутку; планування податкових виплат; планування окремої статті витрат.

В умовах командної економіки плануванню доходів у торгових організаціях не надавали особливого значення, оскільки основним оцінковим показником господарської діяльності був об'єм товарообігу, а не фінансовий результат. Крім того, в умовах твердих державних преїскурантних цін торгіві організації не могли впливати на розмір торгової знижки, а значить, не могли вести самостійну цінову політику. В умовах ліберального ціноутворення роль економічної роботи у сфері управління доходами різко підвищилася, оскільки формування конкурентного середовища вимагає від кожного економічного суб'єкта наявності усвідомленої стратегії розвитку, а також урахування значно зростаючої ролі прибутку.

Планування доходів необхідне в цілях:

- розробки плану прибутку і бюджету підприємства;
- планування грошових потоків надходження і вибуття;
- прогнозування коефіцієнтів покриття і порогу рентабельності;

- планування і оптимізації податкових платежів;
- розробки плану по праці і плану витрат обігу.

Прогнозування операційних доходів в даний час утруднено у зв'язку з наявністю цінових диспропорцій. Цінові диспропорції викликають незбалансоване зростання цін за різними товарними групами, крім того, постійна зміна податкових ставок і відсоткових ставок по різному впливає на структуру ціни окремих товарних груп.

Планування доходів доцільно здійснювати на основі планових показників об'ємів діяльності. Це пов'язано з тим, що основним джерелом доходів підприємства є реалізація продукції товарів і послуг. Разом з тим потрібно урахувати, що об'єм товарної продукції не завжди адекватний об'єму запланованого доходу, оскільки існує часовий інтервал між виробництвом, відпуском товарів і їх оплатою. Можна рекомендувати для обліку цього інтервалу використовувати середню тривалість дебіторської заборгованості або питому вагу реалізованої продукції в загальному об'ємі випуску. Дохід від реалізації залежить не тільки від фізичного об'єму продажів, але і від зміни цін реалізації, тому якщо підприємство планує об'єми діяльності у вартісному виразі, то еластичність попиту повинна бути вже врахована. Якщо у виробничих підприємствах споживчої кооперації на першому етапі планують фізичний об'єм виробництва, то планування доходів потрібно здійснювати з урахуванням очікуваної еластичності попиту.

В торгових підприємствах споживчої кооперації можна рекомендувати планування доходів починати з їх рівня. Рівень доходів залежить від динаміки тих і інших цін, тому необхідно відстежувати і обґрунтовано передбачати на майбутній період динаміку закупівельних цін і цін реалізації. В рамках стратегічного планування ми рекомендуємо на різних етапах розвитку підприємства встановлювати постійні коефіцієнти випередження або відставання цін підприємства від цін постачальників або конкурентів. В торгових підприємствах існує й інша особливість формування доходів - їх залежність від асортименту. Тому вироблення асортиментної політики підприємства повинне передувати плануванню доходів.

Існує ряд методичних підходів до прогнозування торгових доходів, зокрема, екстраполяція тенденцій, що склалися. З цією метою можна рекомендувати за допомогою тимчасового тренду екстраполювати товарообіг, рівень доходів, суму доходів. Екстраполяцію можна проводити з використанням коефіцієнта еластичності, де ознакою чинника є товарообіг, а результативною ознакою - сума доходів. Використовування коефіцієнтів еластичності при прогнозуванні доходів можливо і по відношенню до інших показників, результативна ознака - рівень доходів, ознака чинника - приріст роздрібних цін.

Прогнозування доходів може здійснюватися на основі результатів регресійного аналізу. Для його проведення необхідна мала вибірка по фактичному стану результативних і чинників ознак. Результатною ознакою може бути сума або рівень доходів.

В регресійних моделях в сукупності ознак чинників доцільно застосовувати чинник часу; темпи зміни середніх закупівельних і середніх цін реалізації; темпи зміни фізичного об'єму продажів; оборотність торгових запасів і всіх оборотних коштів; темпи зміни доходів населення.

На першому етапі доцільно проводити кореляційно-регресійний аналіз за моделлю односторонника, щоб виявити тісноту зв'язку між змінами результативного і кожної з ознак чинників. Потім необхідно відібрати найбільш значущі чинники і на цій основі побудувати модель багаточинника. В цілях прогнозування в отримане рівняння регресії підставляють очікувані величини по кожному з чинників.

Необхідність прогнозування і планування доходів усвідомлена керівниками більшості комерційних організацій, проте методична сторона цього процесу розроблена недостатньо. Працівники торгових організацій, в основному, планують доходи "від досягнутого". Найбільш споживаними в цьому значенні залишаються середньо-квартальні темпи приросту суми торгових доходів. Застосування цього способу пов'язано з погрішностями, викликаними незбалансованістю інфляції, неритмічністю попиту й іншими чинниками.

Можна запропонувати інший підхід до прогнозування торгових доходів, в рамках якого середньозважений рівень доходів можна отримати на основі очікуваного асортименту.

Ця методика припускає послідовне виконання наступних операцій:

1. Розрахунок прибутковості по кожній асортиментній позиції (різниця цін покупки і продажу).
2. Розрахунок обіговості, залежно від рівня торгової націнки, по кожній асортиментній позиції.
3. На основі обіговості визначити очікувану частку кожної товарної групи в загальному об'ємі товарообігу.
4. Розрахунок середньозваженого рівня доходів.

Застосування цієї методики дозволить отримати більш економічно обгрунтовану інформацію про очікувану зміну середнього рівня реалізованого накладення, ніж на основі простої екстраполяції.

Таким чином, ми проаналізували найбільш важливі економічні показники і механізми їх можливого застосування для оптимізації стратегічних та оперативних управлінських рішень щодо формування цін в сфері споживчої кооперації в умовах ринкової трансформації. Якщо викладені рекомендації ввести у господарчу практику споживчих товариств України, то це безумовно буде сприяти підвищенню ефективності її функціонування і рівня наукового обгрунтування ціноутворення з метою зростання доходів і прибутку.

Надійшла до редколегії 27.06.2005 р.

© Шелест С.О., 2005