

УКРАЇНСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

ЮР'ЄВА ІРИНА АНАТОЛІЇВНА

УДК 338.51

**ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ АДАПТИВНОЇ ЦІНОВОЇ
ПОЛІТИКИ (НА ПРИКЛАДІ ЕЛЕКТРОМАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ)**

Спеціальність 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня

кандидата економічних наук

Харків 2003

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Українській державній академії залізничного транспорту.
Міністерства транспорту України.

Науковий керівник: доктор економічних наук, професор
Дикань Володимир Леонідович,
Українська державна академія залізничного
транспорту Міністерства транспорту України,
завідувач кафедри економіки, організації
та управління підприємством

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Іванілов Олександр Семенович,
Харківський державний технічний університет
будівництва та архітектури Міністерства освіти
та науки України, завідувач кафедри економіки
кандидат економічних наук, доцент
Іванова Ольга Анатоліївна,
Харківський гуманітарний університет
“Народна українська академія” Міністерства освіти
та науки України, доцент кафедри
економіки підприємств

Провідна установа: Рада по вивченню продуктивних сил України
Національної академії наук України,
відділ регіональних проблем відтворення, м.Київ

Захист відбудеться “16” травня 2003 р. о 15 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К
64.820.05 в Українській державній академії залізничного транспорту за адресою: 61050,
м.Харків, майдан Фейєрбаха, 7, ауд. 3.501.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Української державної академії залізничного
транспорту за адресою: 61050, м.Харків, майдан Фейєрбаха, 7, корп.2.

Автореферат розісланий “14” травня 2003 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

Чорнобровка І.В

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Розбудова Української держави потребує формування ринкової економічної системи, однією із складових якої є механізм ціноутворення на продукцію виробничого призначення. Економічне обґрунтування рівня цін з наступним його пристосуванням до кон'юнктури ринку – найважливіша складова цінової політики виробничого підприємства, від якості проведення якої залежить норма та маса прибутку, ефективність господарювання у цілому. Серед значної кількості відомих визначень і сутності цінової політики, що мають загальні риси і відмінності, її задачі розділяють на стратегічні й тактичні. До останніх належить адаптація цін, механізм якої можна визначити як сукупність економічно обґрунтованих тактичних рішень, спрямованих на змінення цін з метою забезпечення ефективної роботи підприємства-виробника.

Проблема обґрунтування і адаптації цін до ринкових умов вимагає подальшого дослідження, бо у сучасних умовах методичні розробки і відповідні нормативні документи по обґрунтуванню цін відсутні, а вітчизняний виробник має потребу у методичних рекомендаціях щодо ведення цінової політики, встановлення конкурентоспроможних цін.

Проблема обґрунтування й адаптації цін є багатоплановою і міститься на перетині таких наук, як економіка підприємства, маркетинг, інвестиційний аналіз, кваліметрія тощо. Теоретичні й практичні аспекти ведення підприємством цінової політики висвітлені в наукових працях закордонних і вітчизняних економістів: І.Х. Баширова, Г.Дж. Болта, В.В. Герасименко, В.В. Герасимчука, Е. Діхтля і Х. Хершгена, П.С. Зав'ялова і В.Є. Демидова, Ф. Котлера, Р.Б. Ноздрьової і Л.І. Цигічко, П.Г. Перерви, І.А. Поддубного, А.Н. Цацуліна та ін. Значний науковий і практичний внесок у розробку теорії і методів ціноутворення та конкурентоспроможності товару внесли такі вітчизняні і закордонні вчені-економісти, як Б.І. Гусаков, А.Д. Голубович і Г.І. Мікерін, В.Л. Дикань, Ф.М. Левшин, І.В. Ліпсиць, А.Н. Лорін, С.М. Нікітін, П.А. Орлов, С.Ф. Покропивний, Є.І. Пунін, В.І. Тарасов, А.І. Яковлев та ін. Дослідження названих вчених прийняті нами як теоретична база виконаного у дисертації дослідження й розвивають наукові положення, що містять роботи цих вчених.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконана відповідно до програми науково-дослідних робіт Національного технічного університету “Харківський політехнічний інститут”, кафедри електричні машини, НДР М 3213 “Розробка методологічних основ дослідження і проектування спеціальних електричних машин на базі удосконалення математичних моделей” (економічна частина), тематичного плану Міністерства освіти і науки України (номер державної реєстрації 0100U001686) та згідно з угодами про творче співробітництво з ДП “Харківський електромеханічний завод”, ВАТ “Електромашина” та ВАТ СКБ “Укрелектромаш”.

Мета та завдання дисертаційної роботи. Метою дослідження є теоретичні і прикладні аспекти економічного обґрунтування методів проведення гнучкої цінової політики у сучасних умовах господарювання. Відповідно до поставленої мети в роботі вирішувалися такі завдання:

- проаналізувати теоретичні основи і практику ціноутворення з точки зору доцільності раніше відомих методів встановлення і коригування цін, а на засадах цього – розробити пропозиції щодо удосконалення методів ведення цінової політики з урахуванням галузевої специфіки техніки;
- розробити теоретичні основи адаптації цін до ринкових умов, включаючи: цілі, принципи створення і складові механізму, критерії рівновигідності цін для виробника і споживача в залежності від властивостей техніки та характеристик конкурентного середовища;
- економічно обґрунтувати елементи механізму адаптації цін, включаючи методи розрахунку надбавок за підвищену якість машин, розрахунку і побудови шкал знижок з цін в залежності від умов виробництва і реалізації машин.

Об’єкт дослідження – механізм ціноутворення на продукцію промислових підприємств.

Предметом дослідження є методи встановлення і коригування цін на нову техніку з урахуванням галузевих особливостей електромашинобудівних підприємств.

Методи дослідження. Методологічною основою дисертаційного дослідження є діалектичний метод пізнання та комплексний підхід до вивчення економічних явищ, наукові розробки зарубіжних і вітчизняних вчених з питань ціноутворення, оцінки рівня конкурентоспроможності техніки, економічного обґрунтування інноваційних рішень. У процесі написання дисертаційної роботи використовувалися такі методи дослідження: комплексний аналіз – при узагальненні теоретико-методичних положень ціноутворення на машинобудівних підприємствах у сучасних умовах; порівняльно-економічний – при аналізі механізму ціноутворення на вітчизняних і закордонних підприємствах у різні роки; моделювання – під час розробки моделей собівартості і ціни машин параметричного ряду; абстрактно-логічний – при встановленні зв’язків між показниками якості та ефективністю техніки.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в розробці теоретичних основ і практичних методів реалізації адаптивного механізму ціноутворення. Сутність наукової новизни полягає у наступному:

1. Розроблено концепцію та узагальнено принципи побудови адаптивної цінової політики підприємства, включаючи принцип гнучкості і рівновигідності цін для виробників і споживачів товарів.
2. Дано визначення умов рівновигідності споживання базової і нової техніки (рівність чистого прибутку підприємства, одержаного за рахунок підвищення якості нового виробу у порівнянні з базовим), що дозволяє встановлювати граничні ціни для споживача і виробника та діапазон цін реалізації.

3. Визначено граничні рівні ціни: нижньої межі для виробника як суми вартості, що відшкодовує всі витрати на виробництво, включаючи поточні та капітальні витрати на підвищення якості; верхньої ціни виробника як суми ціни нижньої межі та економічного ефекту споживача; верхньої межі для споживача як суми ринкової ціни та ефекту споживача, достовірно їм підрахованого; нижньої межі для споживача, яка рівняється ціні аналога.

4. Запропонована система критеріїв оцінки рівновигідності нової і замінюваної техніки (ціна продажу, ціна споживання, питома ціна) для встановлення рівня конкурентоспроможності окремих машин і рекомендації щодо умов їх застосування.

5. Доведено, що діапазон можливих фактичних цін реалізації знаходиться в межах мінімальної ринкової ціни виробу конкурента (аналога) і верхньої межі ціни виробника.

6. Доведено, що сума ефекту споживача від нової техніки дорівнює вартості чистих грошових потоків, які виступають до того ж оціночним показником ефективності нової машини і є основою для встановлення надбавок до ціни машини.

7. Розроблено методи розрахунку і побудови шкал знижок до ціни машини, виходячи з умов її реалізації.

8. Запропоновано модель економічних обґрунтувань цінової політики підприємств, до якої входять, по-перше, цілі, напрямки та задачі політики (забезпечення розширеного відтворення, конкурентоспроможності підприємства, зростання (стабілізації) збуту і частки ринку і т.д.), по-друге, методи політики (затратні методи ціноутворення, методи порівняння з цінами основних конкурентів, маркетингові дослідження).

Ступінь новизни.

Положення та висновки, що викладено у пп.1,4,7,8 – вперше розроблені дисертантом, а викладені у пп.2,3,5,6, суттєво доповнюють положення, що містяться у науковій літературі, та вносять до них часткову новизну.

Практичне значення результатів досліджень та пропозицій автора полягає:

1) у можливості застосування дерева цілей підчас проведення адаптивної цінової політики для практичного вирішення обґрунтованої сукупності задач щодо забезпечення розширеного відтворення, встановлення конкурентоспроможних цін на машини;

2) в обґрунтуванні, виробником чи покупцем, відповідно до рекомендуємих у роботі умов застосування, найбільш підходящих критеріальних показників оцінки рівновигідності техніки та конкурентоспроможності цін на неї;

3) у доведенні до застосування на практиці методів розрахунку надбавок до ціни більш якісної машини, а також методів розрахунку і шкал знижок з ціни машин з урахуванням умов їх продажу.

Пропозиції автора мають універсальний характер і можуть бути використаними в будь-якій галузі машинобудування для економічного обґрунтування тактичних рішень підчас проведення підприємством певної цінової політики.

Теоретичні розробки, викладені в дисертації, доведені до рівня практичної реалізації. Зокрема, запропоновані методи розрахунку ціни споживання електродвигунів, виконано аналіз доцільності використання параметричних методів ціноутворення для ВАТ “Електромашина” (акт № 19/30 від 15.01.03). Проведено економічне обґрунтування надбавок до ціни машини за її підвищену якість та впроваджено моделі цін на ДП “Харківський електромеханічний завод” (акт № 60/88 від 17.01.03). Методи економічного обґрунтування знижок з цін впроваджені у ВАТ СКБ “Укрелектромаш” (акт № 40/41 від 16.01.03). Методичні розробки були використані в учбово-методичному процесі Міжгалузевого інституту підвищення кваліфікації при Національному технічному університеті “Харківський політехнічний інститут”, в дисципліні “Основи менеджменту”, проект ТЕМПУС-ТАСІС № JEP IB 21115-2000 (акт № 130 від 20.01.03).

Особистий внесок здобувача. Робота написана самостійно. Всі статті одноосібні. В тезах доповіді, опублікованих у співавторстві [8], використано ідеї, котрі отримані автором особисто: аналіз методів і моделей ціноутворення.

Апробація результатів дослідження. Результати виконаної дисертаційної роботи апробовані в доповідях і виступах на міжвузівських науково-практичних конференціях “Проблеми розвитку економічних систем в умовах ринкової трансформації” (м. Харків, 14.12.01, 27.04.01), а також на науково-технічній раді НВО “Проммонтажелектроніка”.

Публікації. Результати дисертаційного дослідження знайшли відображення у 9 наукових публікаціях, з них 5 одноосібних статей у фахових виданнях, визначених переліком ВАК України, 2 праці в науково-технічному журналі та 2 тези доповідей. Загальний обсяг публікацій – 2,7 друк. арк.

Обсяг і структура дисертації. Дисертація складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (130 найменувань) і 7 додатків. Загальний обсяг дисертації дорівнює 166 сторінок основного тексту, містить 19 таблиць, 11 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертаційної роботи, сформульовано мету і задачі дослідження, розкрито наукову новизну і практичну цінність отриманих результатів.

У **першому розділі** “Методи встановлення і механізм коригування цін на промислову продукцію” розкрито роль і місце цінової політики у діяльності виробничого підприємства, економічну сутність адаптивного механізму ціноутворення; досліджено методи вирішення проблеми сумірності ціни і якості продукції; розкрито сучасні методи оцінки економічної

ефективності інноваційно-інвестиційних рішень і розглянуто теоретичні аспекти механізму ціноутворення та шляхи його вдосконалення.

Визначення рівня цін і діапазону їх змінення у короткостроковому плані й на перспективу визначається як цінова політика підприємства. Встановлення цін виконується у декілька етапів, починаючи з маркетингових досліджень і закінчуючи встановленням і узгодженням цін між виробником і покупцем, виходячи з цілей кожного з учасників угоди купівлі-продажу. При цьому під адаптацією розуміють пристосування цін до змінення зовнішніх і внутрішніх чинників. На рівень ціни виробничої продукції впливає досить велика кількість чинників, серед яких в економічній літературі називають: витрати підприємства і його мета одержати достатню норму прибутку, якість товару і її співвідношення з ціною реалізації останнього, співвідношення попиту та пропозиції, конкуренція, фази життєвого циклу товару. Цілями цінової політики при цьому можуть бути: максимізація прибутку, досягнення бажаного рівня прибутковості, збереження досягнутого рівня прибутковості, досягнення найбільш високих темпів зростання тощо. В дисертації зроблено висновок, що цілі виробників підчас здійснення цінової політики можна згрупувати навколо декількох груп проблем: відшкодування витрат виробництва і забезпечення підприємством певної норми прибутку (так званий витратний метод ціноутворення); досягнення вигідного співвідношення між ціною та витратами покупця; встановлення спеціальних знижок з цін з метою підвищення їх конкурентоспроможності; маркетингові рішення щодо цілеспрямованого формування співвідношення „ціна/якість” продукції.

Усі перелічені складові цінової політики слід віднести до сукупності цілей, що потрібно досягти в процесі реалізації **адаптивного механізму ціноутворення (АМЦ)**, якому в роботі дано таке визначення: “АМЦ – це тактика ведення підприємством цінової політики, що полягає в оперативному реагуванні на змінення в технічному рівні і в умовах продажу машин і обладнання, а також у досягненні підприємством плануємого рівня рентабельності машини чи обсягів продажу в поточному періоді”.

Теоретичною основою розробки будь-якого економічного механізму є сукупність принципів і показників, що вимірюють економічні явища. Узагальнення наукової і нормативно-методичної літератури з проблеми ціноутворення дозволило виділити такі принципи механізму ціноутворення, на яких повинен базуватися АМЦ: 1) відшкодування витрат виробником й одержання ним “справедливого” прибутку; 2) встановлення економічно обґрунтованих границь цін; 3) рівновигідність цін на порівнюєму продукцію для виробників і покупців; 4) врахування технічного рівня і якості в ціні товару; 5) противитратність цін; 6) конкурентоспроможність цін у порівнянні з товарами-конкурентами; 7) гнучкість цін. Ці принципи були відомі в адміністративно-плановій економіці, використовуються у перехідній та ринковій економіках, проте методи їх реалізації, як зроблено висновок у роботі, відрізняються як у малому, так і глобально. В зв’язку з цим в дисертації

виконано дослідження доцільності використання, частково чи повністю, раніше відомих методів ціноутворення і їх принципові відмінності від методів, що використовують у розвинених країнах.

В дисертації розкрито економічну сутність принципів механізму ціноутворення і зроблено висновки щодо відмінностей реалізації цих принципів у проведенні підприємством цінової політики в адміністративній і ринковій економіках. Відмічено, що принцип відшкодування витрат залишається важливим для виробника завжди, проте не є домінуючим, бо доповнюється принципами противитратності і конкурентоспроможності цін, а принцип рівновигідності цін обмежує їх необґрунтоване зростання так, що в процесі торгової угоди ціна встановлюється в економічно обґрунтованих межах. А нагляд за цими межами виконує не держава, а виробник і споживач машин.

У другому розділі “Аналіз практичних методів ціноутворення в електромашинобудуванні” виконано дослідження методів ведення цінової політики підприємствами, включаючи методи розрахунків базової ціни, її коригування, а також аналіз доцільності параметричного ціноутворення та моделювання собівартості і ціни електричних машин в залежності від показників їх технічного рівня по матеріалах роботи електромашинобудівних підприємств м. Харкова: “Харківський електромеханічний завод” (ХЕМЗ), відкрите акціонерне товариство (ВАТ) “Електромашина”, ВАТ “Харківський електротехнічний завод “Укрелектромаш” (ХЕЛЗ), на яких виробляються відповідно електродвигуни великої, середньої та малої потужності.

В умовах економічної кризи обсяг виробництва на електротехнічних підприємствах Харківщини зменшився у 10...20 разів, що разом із зростанням цін на матеріальні і паливно-енергетичні ресурси зумовило значне погіршення показників діяльності підприємств, хоча ціни на машини зросли у кілька разів. Наприклад, на одному з підприємств за 10 років (1990-2000 рр.) обсяг виробництва у вартісному вимірі зменшився у 7,6 рази, завантаження потужностей – у 16,4 рази, витрати на виробництво – в 2,2 рази, балансовий прибуток – у 2,4 рази, а середня рентабельність до витрат – всього у 1,1 рази. Зіставлення темпів змінення перелічених показників свідчить про те, що підприємство вирішувало свої фінансові проблеми за рахунок покупців машин, тобто мало місце необґрунтоване зростання цін. Це можна пояснити монопольним та олігопольним становищем виробників електричних машин, а також недійовим контролем державних органів рівня обґрунтованості цін. Так, у виробників машин великої і середньої потужності в Україні немає конкурентів, а малих машин – їх всього декілька. В той же час усі перелічені підприємства мають конкурентів на ринках СНД, з якими конкурують як суб’єкти зовнішньоекономічної діяльності.

Необґрунтоване зростання цін зумовлено також недоліками методів розрахунків собівартості й ціни. Складення калькуляції потужної машини потребує значних витрат часу (від кількох неділь до 4 місяців) працівників економічних і інженерних підрозділів підприємства. Тому на підприємствах, в тому чи іншому вигляді, застосовуються параметричні методи ціноутворення:

на “Електромашині” калькуляцію виконують на типопредставник машини, а на ХЕМЗ – виконують розрахунки параметричних цін для кожної позиції номенклатурного ряду. При цьому як базу для визначення оптової ціни використовують прейскуранти 1991 р. Прейскурантну ціну підвищують, помножуючи на поправочний коефіцієнт, що визначають для кожної серії машин.

Розрахунки граничних цін, цін споживання з метою використання цих показників у маркетинговій діяльності на вказаних підприємствах не виконують, що суттєво знижує якість ведення ними цінової політики. В той же час на усіх підприємствах встановлюють надбавки до цін і знижки як складові гнучкого механізму ціноутворення. Проте надбавки до цін не зв’язані з підвищенням економічної ефективності, а лише компенсують підвищені витрати виробника, пов’язані із спеціальним виконанням: за два кінці валу, за підвищене сковзання, за морське чи тропічне виконання (ХЕМЗ). Покупцям надають певні знижки з цін: зменшення на 2...3% у порівнянні з цінами конкурентів, до 8...10 % в залежності від величини опту (ХЕМЗ). Надбавки та знижки не зведені в чітку систему, не побудовані відповідні шкали поправок, не розроблено внутрішньо-заводських положень тощо.

В дисертації зроблено висновок, що одним з дійових засобів обґрунтованості цінової політики підприємства є застосування моделей собівартості та ціни машин. Проаналізовано види таких моделей і відмічено, що усі вони можуть бути використаними, але для різних цілей. Наприклад, для експрес-оцінки ціни придатна формула “Берім” (названа ім’ям французької фірми, що розробила й застосувала цю формулу). При цьому за допомогою логічного аналізу і розрахунків доведено, що економічному змісту метода прогнозування ціни відповідає рівняння: $C_2/C_1 = (P_2/P_1)^n$, де C_1, C_2 – ціни на базову та нову машини; P_1, P_2 – головні показники технічного рівня машини; n – коефіцієнт „гальмування” ціни, що враховує відставання темпу зростання витрат від темпу зростання головного показника технічного рівня машини.

В роботі виконані розрахунки коефіцієнтів „гальмування” цін для машин малої, середньої і великої потужності. Встановлено, що фактичне зростання цін на електричні машини відстає від росту їх потужності, а вказаний коефіцієнт змінюється у досить значному діапазоні: від 0,2 для середніх машин постійного току до 0,9 для асинхронних електричних машин малої потужності, що передумовлено конструкцією та розміром машин, організаційно-технічним рівнем підприємств. На основі цього зроблено висновок, що рекомендуємі окремими авторами значення коефіцієнтів гальмування не можна застосовувати для встановлення цін, бо вони не є типовими. Проте використання формули “Берім” доцільне для прогнозу цін конкурентів.

Підчас аналізу практики ціноутворення в дисертації виконано дослідження цінових ліній з метою перевірки виробником машин їх обґрунтованості. Співставлення фактичних і розрахункових цін на машини дозволяє виявляти необ’єктивно встановлені ціни як завищенні, так і занижені, і відкоректувати їх відповідно до тенденції змінення, що описує модель ціни.

Іншим методом обґрунтування параметричних цін є кореляційно-регресивний аналіз, в результаті якого будуються моделі собівартості або ціни як функція декількох, статистично суттєвих, показників технічного рівня машин. Багатофакторні моделі собівартості корисні виробнику для прогнозів змінення витрат на виробництво в залежності від показників технічного рівня машин, а потім розрахунку проекту ціни і прогнозу рівня її конкурентоспроможності у порівнянні з цінами конкурентів. Багатофакторні моделі ціни можна використовувати для прогнозу довідкових цін конкурентів на машини, що є продовженням параметричного ряду або на машини параметричного ряду, ціни на які ще не відомі. Можливе застосування багатофакторних моделей цін для експрес-аналізу ціни виробником підчас торгів з покупцем. Такі ціни мають орієнтовний характер і підлягають подальшому уточнюванню у порівнянні з цінами конкурентів і з урахуванням умови продажу. В роботі була проілюстрована можливість побудови багатофакторних моделей собівартості і ціни машин параметричного ряду з використанням пакету прикладних програм “Статистика”, що передбачує виключення з моделі статистично несуттєвих чинників.

В роботі зроблено висновок, що не зважаючи на можливість і доцільність застосування одного та багатофакторних моделей собівартості й ціни машин, які найбільш придатні для прогнозу ціни на стадії проектування машин, лише моделі ціни в залежності від значення економічного ефекту споживача від використання більш якісної машини дозволяють визначити граничні ціни на нові машини.

На основі вивчення практики ціноутворення електромашинобудівних підприємств зроблено такі узагальнення: цінову політику підприємств не можна визнати обґрунтованою, бо відомі в економічній теорії і практиці прогресивні методи моделювання і встановлення проекту ціни, а також рівня конкурентоспроможності цін не використовуються. Методика ціноутворення, видана у 80-х роках, безнадійно застаріла, а деякі намагання економістів підприємств внести елементи гнучкості у цінову політику, заслуговуючі схвалення, економічно не обґрунтовані і не зведені в певну систему дій.

В зв'язку з цим у **третьому розділі** „Економічне обґрунтування елементів адаптивного механізму ціноутворення” виконано наукові розробки, спрямовані на удосконалення теорії і практики економічного обґрунтування методів запровадження гнучкої цінової політики у сучасних умовах господарювання.

На основі аналізу теорії та практики ціноутворення сформульовано основні принципи побудови адаптивного механізму ціноутворення :

1) головним у реалізації АМЦ є уявлення про конкурентоспроможну ціну, що забезпечує мінімальні витрати споживача на одиницю споживчої вартості і якій відповідає мінімум відношення “ціна/якість”;

2) критеріальний показник “ціна/якість” може змінюватись в залежності від вида конкуренції, методів ведення конкурентної боротьби, специфіки техніки;

3) усі складові конкурентоспроможної ціни (собівартість, прибуток, надбавки, знижки) повинні бути економічно обґрунтованими; один із основних принципів такого обґрунтування – рівновигідність порівнюваних машин;

4) коригування цін машин можна виконувати застосуванням параметричних моделей цін або шляхом розрахунку економічного ефекту споживача від підвищеної якості машини з послідуочим його розподілом між учасниками торгової угоди;

5) знижки з цін встановлюються продавцем виходячи з розрахунків економічних вигод, що він одержить, а узагальнюючим критерієм встановлення надбавок і знижок є максимум маси прибутку, що одержать продавець і покупець в залежності від ціни і кількості проданих машин.

Відомий в економічній літературі з ціноутворення принцип рівновигідності порівнюємих товарів для виробника і споживача використовується у ринковій економіці. На його основі доцільно сформулювати умову рівновигідності і розробити критерії оцінки рівня конкурентоспроможності машин: конкурентоспроможною слід визнати машину, у якої критеріальний показник дорівнює або менший за аналогічний показник машини-конкурента. На основі систематизації оцінних показників в дисертації було розроблено класифікатор критеріальних показників, які рекомендується використовувати для оцінки рівновигідності техніки і рівня конкурентоспроможності її ціни (табл.1). В табл.1 прийнято такі позначення: Ц – ціна машини; Я – якість товару; ЦС – ціна споживача машини; П_{гол} – головний показник технічного рівня; ЦС_д – ціна споживання з урахуванням чинника часу (дисконтована).

Економічне обґрунтування складових цінової політики підприємства необхідно виконувати на основі дерева цілей і задач, що слідуєть з поставлених підприємством перед такою політикою цілей.

Таблиця 1

Класифікатор критеріальних показників

| Характеристика показника | Вид показника | | | | |
|--------------------------|--------------------------------------|--|---|---|--|
| | Ц/Я | ЦС | Е | Ц/П _{гол} | ЦС/П _{гол} , ЦС _д /П _{гол} |
| Умови застосування | В основному для предметів споживання | Для техніки з відмінними експлуатаційними витратами, у | Для будь-якого виду техніки, що відрізняється | Для однопараметричних товарів з приблизно | Для складної техніки з відрізняючимися експлуатаційними витратами, якщо відсутня повна і |

| | | | | | |
|---|--|---|--|---|---|
| | | якої неможливо виявити головний параметр | ціною, якістю і корисним ефектом від споживання | рівними експлуатацій ними витратами | достовірна інформація для розрахунку експлуатаційного ефекту |
| Методи оцінки якості, технічного рівня, головного параметра | Експертні оцінки, бальні шкали | Розрахункові методи | | Розрахункові методи, однофакторні та багатофакторні моделі ціни як функції якості і економічно-математичне обґрунтування вибору головного параметру | |
| Позитивні якості | Простота, оперативність, можливість оцінювання будь-якого товару | Врахування змінення експлуатаційних витрат | Найбільш повне відбиття у розрахунках змінення витрат і результатів при впровадженні і нової техніки | Простота, оперативність | Врахування частини економічного ефекту споживача, що може спрогнозувати виробник; врахування чинника часу у дисконтованій ціні споживача |
| Недоліки | Суб'єктивність оцінок, складність інтерпретації комплексного показника якості | ЦС і її змінення не враховують дохід споживача від застосування нової техніки | Трудомісткість одержання повної інформації для розрахунку ефекту | Не враховується вплив якості техніки на експлуатаційні витрати | Не враховуються, крім головного, інші показники якості техніки |

У складі генеральної цілі (рис.1) на основі аналізу спеціальної літератури, що виконано у розд.1 дисертації, було виділено три підцілі першого рівня: забезпечення розширеного відтворення (на основі так званого витратного методу), встановлення конкурентоспроможних цін шляхом порівняння одного з розглянутих вище показників конкурентоспроможності, зростання (стабілізація) обсягу збуту і частки ринку. Перераховані цілі мають рівну значущість в економічно обґрунтованій ціновій політиці підприємства і надалі конкретизуються підцілями другого рівня, напрямками їх вирішення та конкретними задачами цінової політики.

Економічне обґрунтування доцільності купівлі машини, що має підвищені якість і ціну у порівнянні з базовою, слід виконувати методами розрахунку ефективності капіталовкладень, що застосовують в інноваційно-інвестиційному проектуванні. В дисертації наголошується, що показник чистого грошового потоку (ЧГП) точно може визначити лише покупець машини, бо лише він має достовірну інформацію щодо режиму роботи, кількості виробляємої ним продукції, ціни її реалізації, розміру позикового капіталу, ставки дисконту тощо. Враховуючи це, у розвинених країнах оцінку ефективності техніки замінюють оцінкою її економічності, застосовуючи показник ціни споживання машин. Розрахунки ЦС виконує виробник техніки з метою доказу покупцеві, що машина більш економічна, ніж базова, а також встановлення надбавки ціни машини за її підвищену якість.

Методики розрахунків ЦС відомі для різних видів машин. Аналогічні розробки стосовно електричних машин виконані в дисертації.

На розмір надбавки до ціни більш якісної машини впливають зовнішні і внутрішні чинники. Ціна попиту, ціна машини-конкурента – це зовнішні для виробника чинники. До внутрішніх чинників, які невідомі покупцеві машини і знати про які він не має жодного інтересу, слід віднести прагнення виробника зкомпенсувати додаткові поточні та капітальні витрати, що пов'язані з ростом якості машин. Розрахована “витратна” надбавка повинна бути такою, щоб виробник не одержав після реалізації машини менший чистий прибуток.

Умова рівновигідності для виробника матиме вигляд:

$$(D_1 k_{\text{ндс}} - Z_1) k_{\text{пр}} = [(D_1 + NH) k_{\text{ндс}} - (Z_1 + \Delta Z)] k_{\text{пр}}, \quad (1)$$

де D_1 – доход підприємства від реалізації N одиниць машин; Z_1 – витрати на виробництво машин; N – надбавка до ціни машини за її підвищену якість; ΔZ – додаткові поточні витрати, пов'язані з виробництвом більш якісної техніки; $k_{\text{ндс}}$, $k_{\text{пр}}$ – коефіцієнти, що враховують виплату підприємством податків на додану вартість і на прибуток.

Вирішуючи рівняння (1), одержимо умову компенсації витрат виробника і одночасно його вимогу до мінімальної витратної надбавки до ціни:

$$N_{\text{мін.з}} \geq \Delta Z / N k_{\text{ндс}}, \quad (2)$$

Якщо виробництво техніки потребує від виробника додаткових капіталовкладень в основні фонди ($K_{\text{дод}}$), вирішуючи рівняння рівновигідності (вивід опущено), одержимо вимогу виробника щодо надбавки до ціни нової машини, що компенсує зростання як поточних, так і капітальних витрат:

$$N_{\text{мін.к}} \geq \left[K_{\text{дод}} + \sum_1^I \Delta Z_t k_{\text{пр}} k_t - \sum_1^T \Delta A_t k_t \right] / \sum_1^T N k_{\text{ндс}} k_{\text{пр}} k_t, \quad (3)$$

де T – розрахунковий період; ΔA_t – додаткові амортизаційні відрахування у t -му році; k_t – коефіцієнт дисконтування грошових потоків t -го року.

Максимально можливі надбавки до базової ціни, що обмежують граничні ціни і які теоретично може встановити виробник, дорівнюють чистому грошовому потоку, якщо його можна визначити, або різниці цін споживання порівнюємих машин:

$$H_{\max} \leq \text{ЧГП}; H_{\max} \leq \Delta \text{ЦС} = \sum_1^T B_{1t} k_t - \sum_1^T B_{2t} k_t, \quad (4)$$

де B – експлуатаційні витрати t -го року.

Виходячи з викладеного, автор пропонує визначати нижню і верхню межу цін для виробника і для покупця окремо. Така пропозиція відповідає економічним інтересам виробника і покупця, що мають спільне та протилежності: нижня межа ціни виробника – собівартість, а верхня – сума нижньої межі ціни плюс розрахунковий ефект покупця; нижня межа ціни покупця – ціна базової техніки на ринку (при відсутності конкурентів – це ціна машини, що виготовлялась раніше тим же виробником); верхня межа ціни покупця – це сума нижньої межі ціни плюс економічний ефект. У вказаних діапазонах відбувається уторгування ціни так, щоб кожний з учасників акту „купівлі-продажу” одержав бажаний результат.

В економічній літературі називають декілька видів комерційних знижок, проте не всі з них можна розрахувати. В дисертації розглянуто лише один вид знижок, пов'язаних з обсягом виробництва і продаж машин. Запропоновано розмір максимально можливої (граничної) знижки визначати виходячи з принципу рівновигідності продажу для виробника, що означає – зниження ціни виробником не погіршить його економічний стан. При цьому діапазон знижки змінюється від нуля до максимально можливого значення $3H_{\max}$.

Встановлено, що економічними джерелами комерційних знижок можуть бути економія витрат на виробництво, якщо зростає його серійність, а також додатковий прибуток від реалізації більшої партії машин, або обидва джерела разом. Граничні знижки з ціни, визначені по одному з двох розглянутих вище критеріїв, являють собою максимально можливі суми знижок. Їх визначення ще не означає, що продавець зобов'язаний із зростанням партії реалізуємих машин зменшувати ціну на максимально можливу знижку. Останню можна, наприклад, надати у випадку завоювання нового ринку, при веденні цінової конкуренції, якщо її не вдалось уникнути, тощо.

Умова рівновигідності продаж за критерієм незмінності маси прибутку має вигляд:

$$(\text{Ц}_1 - B_{\text{зм}} - Y/N_1)N_1 = (\text{Ц}_1 - 3H_{\max} - 3_{\text{зм}} - Y/N_2)N_2, \quad (5)$$

де $B_{\text{зм}}$ – змінні витрати у собівартості машини; Y – умовно-постійні витрати на виробництво машин; N_1, N_2 – обсяг виробництва у порівнюємих варіантах.

Вирішення рівняння (5) відносно $ZH_{\text{макс1}}$ з урахуванням того, що різниця між ціною і змінними втратами є маржинальним прибутком $Pr_{\text{марж1}}$, визначає вимоги до максимально можливої знижки:

$$ZH_{\text{макс1}} \leq Pr_{\text{марж1}} \Delta N / N_2. \quad (6)$$

В роботі наведено приклади обґрунтування граничних знижок по двох критеріях, виконано перевірку обґрунтованості знижок і побудовано шкали.

Висновки

Проведені дослідження дозволили отримати такі результати:

1. Основна складова цінової політики – цілеспрямоване формування співвідношення “ціна/якість”. В залежності від особливостей товару й можливості визначити ціну і якість таке співвідношення може мати різний вигляд і використовуватися як критеріальний показник оцінки рівновигідності техніки та конкурентоспроможності ціни машини.
2. Адаптація цін до ринкових умов полягає у реагуванні підприємством на сукупність чинників, що визначають його цінову політику і призводять до необхідності коригування цін, яке можна виконати встановленням надбавок до цін та знижок з них – важливіших складових адаптивного механізму ціноутворення.
3. Економічне обґрунтування цінової політики повинно враховувати інтереси як виробника, так і покупця та включати: розрахунки цін шляхом складення планової калькуляції, розробку одно- чи багатофакторних моделей ціни; розрахунки нижньої і верхньої межі цін. Такі розрахунки повинні базуватися на діючих в Україні методиках калькулювання, оподаткуванні, на сучасних методах оцінки ефективності інвестиційних рішень.
4. Серед сукупності принципів створення дійової цінової політики переважне місце займають принцип гнучкості та принцип рівновигідності. Умови рівновигідності цін, надбавок, знижок змінюються із зміненням механізму господарювання підприємств і повинні враховувати ці зміни.
5. Кожний з учасників торгівельної угоди має свої економічні інтереси, які слід враховувати при визначенні граничних цін. Принцип противитратності цін діє в перехідній економіці й у ринковому середовищі, якщо і виробник, і покупець не допускають торгівельної угоди, яка погіршує їх економічне становище. Цьому сприяють методи економічного обґрунтування цінової політики і складових адаптивного механізму ціноутворення, запропоновані в дисертації.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ РОБІТ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Фахові видання:

1. Юрьева И.А. Ценовые линии в электромашиностроении // Вестник Харьковского государственного политехнического университета “Технический прогресс и эффективность производства”. – 2000. – Выпуск 128. – С. 138-142.
2. Юрьева И.А. Коэффициент полезного действия и цена электрической машины // Коммунальное хозяйство городов. Научно-технический сборник. Серия: Экономические науки. Выпуск 26. – Киев, 2000. – С. 53-56.
3. Юр'єва І.А. Обґрунтування рішень цінової політики підприємства на основі цільового підходу // Вестник Харьковского государственного политехнического университета “Технический прогресс и эффективность производства”. – 2000. – Выпуск 93. – С. 131-134.
4. Юрьева И.А. Принцип равновыгодности в ценовой политике предприятия // Вісник Харківського національного університету ім.В.Н.Каразіна. Економічна серія. – 2000. – № 482. – С. 239-241.
5. Юрьева И.А. Экономическое обоснование надбавок к ценам на машины // Вісник Харківського державного економічного університету. Науковий журнал. – 2001. – № 1 (17). – С. 30-32.

Інші праці:

6. Юрьева И.А. Экономическая эффективность и цена электрических машин // Інформаційно-керуючі системи на залізничному транспорті.: Науково-технічний журнал Харківської державної академії залізничного транспорту. – 2001. – № 3. – С. 84-86.
7. Юрьева И.А. Методика экономического обоснования скидок с цен на машины и оборудование // Інформаційно-керуючі системи на залізничному транспорті: Науково-технічний журнал Харківської державної академії залізничного транспорту. – 2001. – № 6. – С. 30-32.
8. Юрьева И.А., Мищенко В.А. Теория и практика моделирования цен на машины // Проблемы равновесия экономических систем в условиях рыночной трансформации. Материалы межвузовской научно-практической конференции. – Харьков: ХГУ “НУА”, апрель 2001. – С. 139-140.
9. Юрьева И.А. Экономическое обоснование скидок с цен на машины // Проблемы равновесия экономических систем в условиях рыночной трансформации. Материалы межвузовской научно-практической конференции. – Харьков: ХГУ “НУА”, декабрь 2001. – С. 82-84.

АНОТАЦІЯ

Юр'єва І.А. Економічне обґрунтування адаптивної цінової політики (на прикладі електромашинобудівних підприємств). – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами. – Українська державна академія залізничного транспорту.

Дисертацію присвячено розробці методів економічного обґрунтування цінової політики підприємства з урахуванням галузевих особливостей техніки. Визначено категорію і складові адаптивного механізму ціноутворення. Проаналізовано теорію, методи і моделі ціноутворення та доцільність їх використання у сучасних умовах хазяйнування. Розроблено дерево цілей цінової політики, запропонована сукупність критеріальних показників для встановлення рівновигідних і конкурентоспроможних цін. Удосконалено методи встановлення граничних цін. Розроблено методи обґрунтування знижок цін, побудовано відповідні шкали.

Ключові слова: ціноутворення, методи, технічний рівень, ефективність, ціна споживання, адаптація, механізм, обґрунтування, надбавки, знижки.

АННОТАЦІЯ

Юрьева И.А. Экономическое обоснование адаптивной ценовой политики (на примере электромашиностроительных предприятий). – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.06.01 – экономика, организация и управление предприятиями. – Украинская государственная академия железнодорожного транспорта.

Диссертация посвящена разработке методов экономического обоснования ценовой политики предприятия с учетом отраслевых особенностей техники. Установлено, что в условиях товарно-денежных отношений сформировалось два основных подхода к ценообразованию – цена определяется на основе затрат и плановой прибыли; при установлении цены производитель, ориентируясь на цены конкурентов, назначает конкурентоспособную цену. В качестве критериев конкурентоспособности могут применяться различные показатели, соизмеряющие цену и качество. Ценовая политика подлежит пересмотру при изменении маркетинговых и экономических факторов, поэтому адаптивный механизм ценообразования (АМЦ) в работе определен как совокупность экономически обоснованных решений тактического характера, направленных на корректировку цен для обеспечения эффективной работы предприятия. Сформулированы основные принципы построения АМЦ.

Проанализированы формы соизмерения цены и качества и рекомендуемые учеными критериальные показатели оценки этого соотношения. Систематизированы модели прогноза себестоимости и цены машин и рассмотрены особенности их применения. Отмечено, что корректировке подлежит базовая цена машины, под которой понимают цену машины-конкурента, т.е. рыночную цену машины, или цену машины, реализованной тем же производителем ранее, если конкуренция отсутствует; параметрические модели цены учитывают один, главный, или несколько показателей технического уровня машины, но только модели цены, как функции экономического эффекта, позволяют объективно определить границы изменения цен – верхний и нижний пределы.

Разработаны рекомендации по использованию моделей цен для обоснования проекта цены и ее последующей корректировки с учетом уровня конкурентоспособности цен на конкретные машины, а так же по использованию параметрических моделей цен для проверки их обоснованности.

Разработано дерево целей ценовой политики предприятия, в котором главная цель – разработка экономически обоснованной ценовой политики предприятия – конкретизирована по основным подцелям: обеспечение расширенного воспроизводства, установление конкурентоспособных цен, рост (стабилизация) объема сбыта и доли рынка. Цели далее конкретизируются по направлениям их разрешения и решаемых при этом задач.

Учет в цене машины ее повышенного качества наиболее обоснован, если надбавка к цене подтверждена расчетами экономического эффекта или цены потребления сравниваемых машин, методы расчета которой для электрических машин разработаны в диссертации.

Экономическое обоснование надбавок и скидок с цены предложено осуществлять на основе принципа равновыгодности техники, на основе которого составляется уравнение равновыгодности и определяются предельно возможные надбавки и скидки. Установление значений предельных цен предопределяет экономически обоснованный диапазон уторговывания в процессе купли-продажи. Учитывая, что участники торга – это экономически обособленные субъекты хозяйствования, рекомендуется предельные цены определять для каждого из них в отдельности.

В работе даны методические рекомендации по экономическому обоснованию оптовых скидок, предоставляемых продавцом по критериям экономии на условно-постоянных расходах и (или) равенства массы прибыли от реализации, приведены примеры расчетов и построения шкал предельных скидок.

Ключевые слова: ценообразование, методы, технический уровень, эффективность, цена потребления, адаптация, механизм, обоснование, надбавки, скидки.

SUMMARY

Iryna A. Yurieva. Economic Substantiation of Adaptive Pricing Policy (by the example of Electric Machine Enterprises). – Manuscript.

The thesis for competing for a scientific degree of Candidate of Economic Science in specialty 08.06.01 – Economics, Enterprises Organization and Management. – Ukrainian State Academy of Railway Transport.

The thesis is devoted to the development of methods of economic substantiation of an enterprise's pricing policy taking into account peculiarities of technology branches. The adaptive mechanism of pricing has been identified as a set of economically grounded decisions of a tactic character directed at adjusting prices for ensuring an enterprise's effective activity.

The basic principles of building the mechanism of prices adaptation have been formulated, the forms of commensuration of the price and quality of machines have been analyzed. Recommendations have been elaborated concerned with using price models for substantiating the draft price and its subsequent adjusting taking into account the level of machine prices competitiveness. The tree of objectives for economic substantiation of pricing policy has been worked out and its tasks have been specified. Two methods of calculating marginal prices and price reductions have been proposed.

Key words: pricing, methods, efficiency, consumption price, adaptation, mechanism, objective, substantiation, markups, reductions.

ЮР'ЄВА ІРИНА АНАТОЛІЇВНА

ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ АДАПТИВНОЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ
(НА ПРИКЛАДІ ЕЛЕКТРОМАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ)

Спеціальність 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук

Відповідальний за випуск

М.О. Подустов

Підп. до друку 14.04.03. Формат видання 145x215.

Формат паперу 60x90/16. Папір Могра. Друк – ризографія.

Обсяг 0,9 авт. арк. Наклад 100 прим. Зам. № 214.

Видавничий центр НТУ “ХП”.

Свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 116 від 10.07.2000 р.

61002, Харків, вул. Фрунзе, 21

Друкарня НТУ “ХП”