

Секція: 6. Системне забезпечення відновлювального розвитку діяльності вітчизняних підприємств.

***Безпарточний М.Г.***

*д.е.н., доцент кафедри економіки підприємства,*

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», м. Полтава, Україна*

### **Інструментарій формування ефективної цінової політики торговельного підприємства**

Забезпечення ефективного функціонування та подальший розвиток торговельних підприємств в умовах конкуренції потребує формування та реалізації ефективної цінової політики.

Торговельні підприємства України наразі потребують удосконалення цінової політики, оскільки це відображається на економічних результатах їх господарської діяльності, а саме обсязі товарообігу, витратах обігу та показниках прибутковості.

Враховуючи специфіку цінової політики, торговельні підприємства обирають відповідний метод ціноутворення, орієнтуються на принципи формування цінової політики, розробляють і запроваджують різні цінові стратегії, за результатами моніторингу чинників впливу внутрішнього і зовнішнього середовища та державного регулювання цін.

Незважаючи на існуючий методичний інструментарій ціноутворення та чинну нормативно-законодавчу базу, торговельні підприємства стикаються із низкою проблем щодо формування ефективної цінової політики. Тому, нами обґрунтовано та запропоновано інструментарій формування ефективної цінової політики торговельного підприємства залежно від стратегічної поведінки на споживчому ринку.

В умовах зростання конкуренції на споживчому ринку торговельне підприємство, при формуванні цінової політики, буде орієнтуватися на встановлення мінімальних відпускних цін, при цьому час  $T_{во}$  та обсяги товарообігу  $V_{тоі}$  для кожного  $i$ -го виду товару мають бути такими, щоб суб'єкт

господарювання міг компенсувати витрати обігу та отримати за звітний період  $T_{зв}$  ( $T_{зв} > T_{во}$ ) прибуток  $Pr_i$ . При цьому мінімальна відпускна ціна ( $C_{i \min}$ ) становитиме:

$$C_{i \min} \geq \frac{Pr_i + BO_i \times k_i}{V_{toi} \times k_i}, \quad (1)$$

де:  $BO_i$  – витрати обігу  $i$ -го виду товару;

$k_i$  – кількість циклів оборотності обігових коштів у звітному періоді.

Формула 1 свідчить, що чим більший обсяг партії придбаних товарів  $i$ -го найменування і чим більша швидкість оборотності обігових коштів, тим меншу мінімально допустиму відпускну ціну може встановити торговельне підприємство і тим самим підвищити конкурентоспроможність на споживчому ринку.

При помірній конкуренції на споживчому ринку торговельному підприємству доцільно встановлювати максимально допустимі ціни на різні групи товарів. У цьому випадку ціна ( $C_{i \max}$ ) продажу товару  $i$ -го найменування для отримання максимально можливого прибутку ( $Pr_{i \max}$ ) за звітний період визначається на наступною формулою:

$$C_{i \max} \geq \frac{Pr_{i \max} \times T_{во} + BO_i \times T_{зв}}{V_{toi} \times T_{от}}. \quad (2)$$

Відношення закупівельної ціни (ціни виробника чи посередника) та якості товару дозволяють сегментувати споживчий ринок за купівельною спроможністю споживачів. Саме з ціною пов'язано питання економічно оптимальної якості чи раціональної якості з точки зору реалізації товару на певному сегменті споживчого ринку. Підприємство торгівлі, купуючи у виробника чи посередника товар має враховувати наскільки закупівельна ціна товару відповідає тому набору споживчих властивостей, якими він володіє. З

економічної точки зору для інтегральної оцінки якості доцільно розглядати співвідношення витрат  $B_T$  на виробництво товару і на забезпечення його якості  $Q_T$  чи ціну  $K$  одиниці якості товару, яка визначається за наступною формулою:

$$K = \frac{B_T}{Q_T}. \quad (3)$$

Тоді закупівельна оптимальна ціна одиниці якості  $K_3$  товару, з економічної точки зору, визначається наступним чином:

$$K_3 = \frac{B_T \max}{Q_T \max} \rightarrow \min, \quad (4)$$

де:  $Q_T \max$  і  $B_T \max$  – відповідно компромісні значення максимально можливої якості товару і відповідна йому максимально допустима закупівельна ціна, які визначаються шляхом вирішення багатокритеріальної задачі оптимізації за Парето [1, с. 128].

В якості параметрів багатокритеріальної задачі оптимізації приймається: якість використовуваного виробником сировини для виготовлення товару  $S_1$  і його вартість  $S_2$ ; кваліфікація персоналу  $S_3$  та їх заробітна плата  $S_4$ .

Рішення поставленої багатокритеріальної задачі оптимізації складається з наступних основних етапів:

на основі експертних даних чи даних, отриманих шляхом опитування споживачів, формуються критерії оптимізації ціни та якості товару у вигляді лінійної регресійної моделі:

$$B_T = a_0 + a_1 S_1 + a_2 S_2 + a_3 S_3 + a_4 S_4, \quad (5)$$

$$Q_T = b_0 + b_1 S_1 + b_2 S_2 + b_3 S_3 + b_4 S_4; \quad (6)$$

виходячи з потенційних можливостей виробника, фактично обмежуються наявні у нього ресурси  $S_i \leq S_i^0$ ,  $i = 1 \dots n$ , будується межа допустимих значень параметрів оптимізації;

на основі граничних значень оптимізуючих параметрів формується межа допустимих значень критеріїв  $V_T$  і  $Q_T$  (рис. 1).

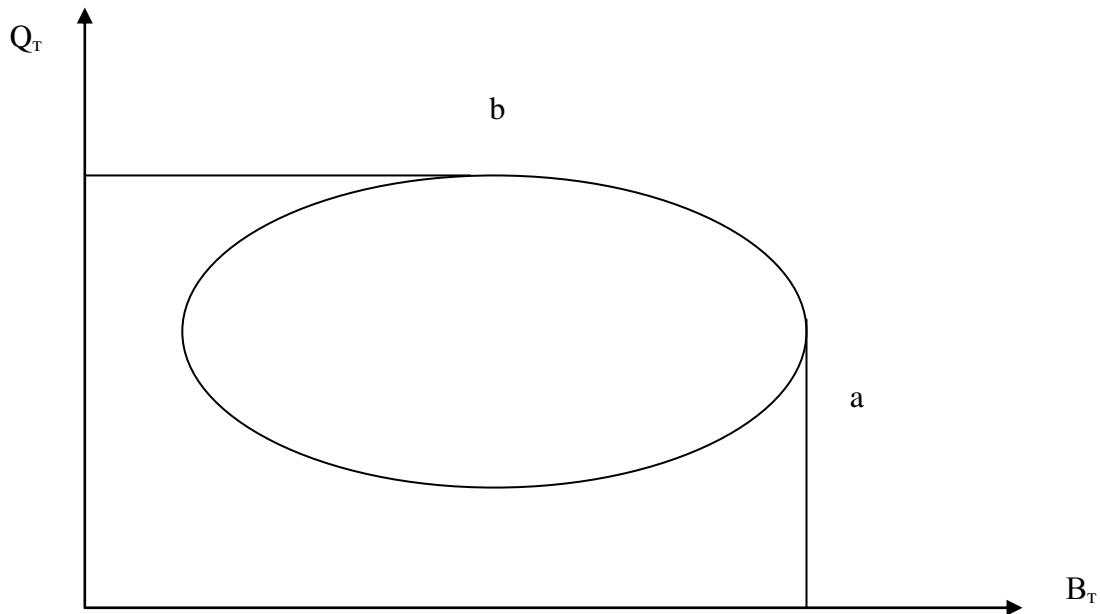


Рис. 1. Визначення межі компромісних значень оптимізуючих показників якості і ціни товару за Парето [побудовано автором]

Інформація рис. 1 свідчить, що за локальним максимумом критерію  $V_T$  (точка а) та критерію  $Q_T$  (точка b) обирається безліч точок а і b, які відображаються на межі допустимих значень параметрів оптимізації і таким чином визначається безліч Парето, що містить компромісне рішення задачі оптимізації ціни та якості товару.

Визначаючи коефіцієнти важливості  $d_1$  і  $d_2$  [1, с. 130], відповідно, для критеріїв  $V_T$  і  $Q_T$  багатокритеріальна задача зводиться до однокритеріального завдання з показником ефективності, що має наступний вигляд:

$$W = d_1 \times V_T + d_2 \times Q_T. \quad (7)$$

Вирішується завдання з оптимізації критерію  $W$  з обмеженнями, які

визначаються безліччю Парето у межах допустимих значень параметрів оптимізації і таким чином обчислюються параметри  $V_T$  і  $Q_T$ , що представляють компромісне рішення вихідної багатокритеріальної задачі.

Надзвичайно важливим чинником формування ефективної цінової політики є врахування концепції беззбиткової діяльності торговельного підприємства. Для забезпечення ефективного управління беззбитковою діяльністю торговельного підприємства використовується відповідний методичний інструментарій. При цьому рівень відпускної ціни ( $C_i$ ,  $i = 1 \dots n$ ) досягається при певному обсязі реалізації кожного  $i$ -го виду товару, використовуючи наступну формулу:

$$C_i = \frac{ПВ_i + 3M_i^1 \times V_i - B_{мб}}{V_i}, \quad (8)$$

де:  $ПВ_i$  – постійні витрати обігу, пов'язані із реалізацією товару  $i$ -го найменування;

$3M_i^1$  – змінні витрати обігу, пов'язані з реалізацією однієї одиниці товару  $i$ -го найменування;

$V_i$  – точка беззбитковості;

$B_{мб}$  – величина маржі безпеки.

Отже, розглянуті форми стратегічної поведінки торговельного підприємства на споживчому ринку дозволяють визначити інструменти та засоби формування і реалізації ефективної цінової політики, що забезпечує отримання необхідного обсягу прибутку, підтримання стійкого економічного стану у різних умовах нестабільного ринкового середовища.

#### **Список використаних джерел:**

1. Pardalos P. Pareto Optimality, Game Theory and Equilibria / P. Pardalos, A. Migdalas, L. Pitsoulis, 2nd Edition. – Springer: Worcester Polytechnic Institute, 2008. – 290 p.