

Ще одним актуальним питанням галузевої політики, на наш погляд, має стати структурна галузева політика. Оскільки вона торкається не тільки мезо рівня, але й макро, необхідно, перш за все, визначитися з тим, яка стратегічна мета діяльності країни. Повертаючись до радянських часів, слід згадати, що коли завданням було оголошено індустріалізацію економіки, то пріоритетним став розвиток саме промислових галузей, особливо тих, що займався виробництвом засобів виробництва, і не слід вважати, що це є негативним прикладом, оскільки внаслідок проведення такої політики країна досягла надзвичайно високих результатів. Тут ми говоримо не про методи досягнення, а про чітке формулювання цілей економічного розвитку.

Завданням сучасного розвитку економіки України є зростання соціального рівня країни та забезпечення стабільності. Але напрямки реалізації цих завдань можуть бути різними. В якості пріоритетних можна обрати фінансові ринки країни, за допомогою яких можна досягнути зростання інвестицій як для окремих підприємств, так і для громадян. Разом з цим, при будь-якому ставленні до марксистської теорії, варто пам'ятати, що ці ринки представляють собою фіктивний капітал і криза економіки багатьох країн починалася з ринку нерухомості, яка була наслідком кризи на ринку кредитів. Тому варто усвідомити, що сьогодні виграє у конкурентній боротьбі не той, хто прагне перемогти іншого, а хто створює нові ринки у постіндустріальному просторі, займає там монополічне становище та змушує конкурентів дотягуватися до їхнього рівня. Мова йде про те, що пріоритетними мають стати навіть не експортні галузі, які, як відомо, мають таке становище лише завдяки доступу до ексклюзивних ресурсів, а стан розвитку технологій такий, що незабаром вони стануть аутсайдерами на ринку. Провідними та пріоритетними мають стати галузі, що займаються комп'ютерними технологіями, дослідженнями у галузі фізики, електроніки, радіоелектроніки. Наша країна ще може пишатися підготовкою фахівців даної галузі, недаремно ж вони є конкурентноздатними на світовому ринку праці. Чому провідні компанії можуть вводити у базу даних та прослідкувати подальшу долю наших 14-літніх підлітків, які сьогодні вже можуть творити дива в інформаційній галузі, посівши перші місця на міжнародних олімпіадах з інформатики? Ці діти, врешті респт, їдуть навчатися будь-куди, аби не залишитися в Україні, де їхні здібності не отримають подальшої підтримки. Так невже нам і надалі варто шукати пріоритети у відсталих галузях, чи треба скористатися прикладом Японії та країн Східної Азії, стати на шлях формування та розвитку нових галузей, з метою отримання конкурентного становища не тільки як сировинного прирідатку розвинених країн.

Механізмом реалізації даної концепції має стати політика держави щодо залучення до даної програми грошей наших олігархів, яким вже не настільки важливим є час обігу капіталів, які здатні до довгострокових інвестицій та дбають про економіку країни. Це, знову ж таки, може бути реалізовано за рахунок створення консультативної ради, до якої мають увійти представники державного управління, експерти у даній сфері, науковці та представники крупного бізнесу, бажано не однієї галузі. Лише формування єдиної думки з усіх боків суспільства створить неможливим залежність економіки від політичної ситуації та окремої партії.

Таким чином можна зробити наступні висновки. По-перше, розвиток економіки нашої країни відбувається під впливом дії об'єктивних економічних законів, причому не тільки макроекономічних, і лише їхнє усвідомлення та врахування робить можливим розуміння процесів, що відбуваються в економіці, на ринках товарів та послуг, їх регулювання. По-друге, з метою подальшого розвитку економіки України необхідно проводити галузеву політику, яка дозволяє підвищити конкурентоспроможність підприємств окремих галузей на світових ринках. По-третє, завданнями галузевої політики мають стати: підтримка стабільності на ринках товарів та послуг; сприяння впровадженню досягнень науково-технічного прогресу у виробництво; визначення стратегічної мети та пріоритетних галузей економіки країни. По-четверте, для успішного вирішення завдань галузевої політики необхідним є створення консультативних рад при міністерствах, до яких входили б представники державного управління, науковці, експерти, керівники малих, середніх та великих підприємств даної галузі, а також суміжних галузей. По-п'яте, пріоритетними мають стати галузі, де наша країна має конкурентноздатних фахівців, а саме галузі інформатики, фізики, електроніки, радіофізики. Разом з цим, визначати стратегічну мету розвитку та інструменти її реалізації мають не політики, а науковці, експерти та представники бізнесу, що забезпечить поєднання інтересів держави та бізнесу, зробить неможливим залежність даного рішення від політичних намірів окремих партій.

Корж М.В.

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД В ЦЕНООБРАЗОВАНИИ КАК НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СВЯЗИ ЦЕНА-КАЧЕСТВО

Постановка проблеми. Особый интерес в настоящее время представляет ценообразовательный процесс в сфере производства продукции промышленного назначения, где расширяется круг вопросов по сравнению с потребительскими рынками. Залогом успеха маркетинговой ценовой стратегии в промышленности является правильность выбора позиций предприятия-производителя при обосновании цены перед потребителем, который, в свою очередь является высококвалифицированным специалистом в своей области и способный четко сформулировать свои требования. Поэтому в первую очередь упор делается на функциональные качества продукции. Современный уровень развития маркетинговой системы на предприятии выдвигают очень жесткие требования к системе ценообразования на продукцию тяжелого машиностроения. При формировании цены на продукцию машиностроительного профиля необходимо

учитывать, прежде всего, эффективность ее функционирования и соответствие ее условиям эксплуатации потребителя.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблему эффективности функционирования продукции промышленного профиля изучали большое количество отечественных и зарубежных авторов: Долинская М. Г.[1], Моисеева Н. К.[2] и др. Выводы ученых в данной сфере говорят о приоритетном, стратегическом положении задач обеспечения качества производимой продукции, подтверждаются статистическими данными, свидетельствующими о предпочтении большей частью потребителей (80%), высококачественной продукции, чем низкостоимостной. Это обстоятельство подтверждается уверенностью в первостепенной значимости качества товара, по сравнению с ценой и прочими показателями, влияющими на решение о покупке.

Зарубежные фирмы, основывающие свою деятельность на маркетинговых принципах незамедлительно отреагировали на такой поворот событий и уже в настоящее время около 30-40% от общих затрат на производство направляют на обеспечения качества, в том числе на контроль параметров, устранение дефектов, гарантий обслуживания [3-4]. Однако, в результате того, что в условиях специализации и кооперирования, усложнения функций организации труда происходит неустанный усложнение продукции промышленного назначения (в дальнейшем именуемая машина), то современный уровень развития науки и техники требует от производителя повышения надежности оборудования. Анализ функционирования и принятия управленческих решений используются не только за рубежом, но и в нашей стране, хотя, как свидетельствуют большинство отечественных источников, происходит нацеленность такого анализа на сферу потребления (эксплуатацию). В результате возникает ситуация, в которой факторы, формирующиеся в основном при создании оборудования (надежность), относятся к разряду неуправляемых [4].

Таким образом, процесс ценообразования на промышленную продукцию в современных условиях нерелевантен без использования инструментария функционального маркетинга.

Общая цель является исследованием факторов влияния на ценовую политику предприятия и разработкой механизма рационального управления ею путем использования экономико-математических подходов.

Изложение основного материала. В настоящее время в промышленной сфере потребителя необходимо рассматривать не как единовременного (разового) заказчика, а как долговременного партнера, надежность отношений с которым зависит от степени его удовлетворения и уровня и качества обслуживания, поэтому схема принятия решение о покупке товаров в данной сфере можно охарактеризовать схемой, предложенной на рис.1. Таким образом, все вышеупомянутое приводит к тому, что процесс ценообразования тоже претерпевает в этой сфере промышленности изменения и к механизму установления цены предъявляются более жесткие требования. При формировании цены на машиностроительное оборудование необходимо учитывать прежде всего его функциональные возможности и их соответствие потребительским условиям эксплуатации.

Исходя из того, что цены на промышленную продукцию устанавливаются на договорной основе, при формировании ценовой политики фирмы появилась необходимость в разработке стратегии выбора позиции предприятия при обосновании цены перед потребителем. При этом учитывается тот факт, что выбор товара осуществляется на качественно-эксплуатационной основе товара в реальных условиях его использования, следовательно, необходимо делать упор на то, что потребители продукции чаще всего прибегают к изучению функциональных особенностей тогда, когда приобретают изделия, осваивают технологию их применения, изучают эксплуатационные возможности. Однако, нельзя забывать о том, что потребителей начинает интересовать внутренняя подсистема машины, несмотря ни на что только при появлении первых проблем в ее функционировании, то есть возникают неисправности, отказывает та или иная подсистема, появляются отклонения от заданных требований. Поэтому в процессе переговоров относительно уровня цены необходимо найти форму и способ ее обоснования, так как от этого очень сильно зависит судьба этих переговоров. Ценообразование на продукцию машиностроительного профиля функциональным подходом представляется в виде последовательного процесса, состоящего из 6 основных этапов.

На начальном этапе, прежде всего, необходимо определить конечную прикладную цель, для которой и организовано выполнение всех намеченных работ, что позволяет более полно осознать проблему и профессиональней донести ее до специалистов, которые будут проводить анализ. На момент, когда реализуемые цели поставлены, а исполнителям понятна суть выполняемых задач, есть возможность перехода ко второму этапу, состоящему в сборе статистических данных и информации, необходимых для выполнения поставленных целей и проведения требуемого анализа, после чего производится определение классификационных параметрических групп изделий, где принципиальным является вопрос формирования статистической базы данных, на основании которой в дальнейшем будет проводиться построение всей системы. Чем полнее будет выборка данных, подлежащих в дальнейшем обработке, тем качественнее анализ, точнее установлен уровень искомого показателя и больше аргументов для обоснования выбранной позиции. Далее осуществляется отбор параметров, оказывающих наибольшее влияние на цену.

Что касается формирования выборки технических параметров для проведения анализа и установления уровня цены на оборудование и машины, то во внимание необходимо брать только те, которые характеризуют эксплуатационные свойства, надежность оборудования и определяют его функциональные возможности. Однако, все параметры, характеризующие товар учесть нереально, да и в этом нет никакой необходимости. Кроме того, при выборе этих показателей необходимо помнить, что в данной сфере имеет место индивидуальный подход, и ценообразование не является исключением. Для продукции промышленного назначения нельзя назначить единую цену для всех потребителей, с маркетинговой точки

зрения это недалёковидный ход и неэффективное направление. Поэтому в каждом конкретном случае для каждого конкретного потребителя необходим доскональный анализ. Для каждого заказчика в зависимости от особенностей его производственной системы приоритетность технических параметров, эксплуатируемого оборудования различна. Следовательно, при установлении цены функциональным методом, в котором делается упор на эффективность функционирования предлагаемого товара в реальных условиях эксплуатации, необходимо не только осуществлять индивидуальное формирование выборки технических параметров, их анализ, но и обоснование установленной цены. При чем значения параметров в выборке по каждому, включенному в нее товару-аналогу, должны быть максимально возможные, которые в состоянии реализовать каждая из них в реальных условиях использования при непосредственной эксплуатации конкретным заказчиком.

На третьем этапе выбирается и обосновывается форма связи. Наиболее эффективной является эмпирическое выражение искомой функции, так как она наиболее гибкая и лояльная, а, кроме того, обеспечивает еще и достаточно высокое соответствие расчетных результатов с практическими наблюдениями. Все это свидетельствует о максимальной пригодности данного метода для внедрения в реальные производственные условия. Исходя из этого, вышеуказанная формула в мультипликативной форме имеет следующий вид [5]:

$$C = K_m * A_1^{y_1} * A_2^{y_2} * \dots * A_n^{y_n}, \quad (1)$$

где C – цена оборудования; K_m – коэффициент пропорциональности, свидетельствующий о существовании зависимости; A_1, A_2, \dots, A_n – параметры назначения и показатели технического уровня, характеризующие анализируемую классификационную группу; Y_1, Y_2, \dots, Y_n – показатели степени, характеризующие степень влияния выбранных технических параметров на цену.

Сначала нужно выбрать для каждого из параметров A_1, A_2, \dots, A_n начальные предполагаемые значения Y_1, Y_2, \dots, Y_n вместе с некоторым начальным приращением ΔY . Затем по статистическим данным с учетом выбранных значений Y_1, Y_2, \dots, Y_n по следующей формуле определяются величины K_{mi} и рассчитывается коэффициент вариации:

$$K_{var} = \frac{\sqrt{\frac{\sum (K_{mi} - K_m)^2}{m - 1}}}{K_m}, \quad (2)$$

где K_m – среднее значение K_{mi} по выборке рассматриваемой базы данных; m – количество кранов в выборке.

Следующим шагом является замена какого-либо значения Y_i из набора Y_1, Y_2, \dots, Y_n на величину $(Y_j + \Delta Y)$ и, соответственно, определения нового значения K_{var} . Если значение K_{var} не уменьшится, испытанию подвергается величина $(Y_j - \Delta Y)$. В конечном итоге, по минимуму коэффициента вариации определяется некий локальный оптимум.

Касательно выбора начального приращения отметим, что Д. Химмельблау [4] считает выбор $\Delta Y=0.3$ разумным компромиссом между слишком большим начальным размером шага, который придется, возможно, уменьшить прежде, чем начнет уменьшаться величина K_{var} , и слишком малым размером шага, который может привести к большим затратам времени, так как потребуются сделать очень много малых шагов.

Для исключения возможности нахождения ложных оптимумов можно порекомендовать проводить описанный процесс неоднократно, каждый раз задавая новые, существенно отличные, начальные значения Y_1, Y_2, \dots, Y_n .

Таким образом, процесс поиска значений имеет следующий вид (процедура приведена в табл.1). На первоначальном этапе оптимизации всем показателям степени Y_i присваиваются единичные значения (см.столбец 7 в табл.1), при которых строится пробная зависимость и находится K_{var1} , в качестве проверки сходимости результатов. Если его значение превышает порогового уровня (0.06), то далее осуществляется подборка показателей степени путем приращения. При чем для систематизации процесса необходимо осуществлять приращение не всех показателей степени одновременно, а поочередно, доводя постепенно процедуру до желаемого результата, то есть поиска оптимума. Следовательно, следующим шагом будем приращение Y_1 на 0.3 и присвоение ему значения 1.3 (столбец 8 в табл.1). На основании полученного коэффициента вариации K_{var2} проводится анализ: если $K_{var2} < K_{var1}$, то продолжается дальнейшее увеличение K_{var} (присваиваются поочередно значения 0.6; 0.9 и т.д.), до тех пор, пока K_{var} не начнет расти. На этом этапе фиксируем Y_1 на том значении, которое дает оптимальные результаты. Если же при $Y_1=1.3$ наблюдается, хоть и незначительный рост K_{var} , то это означает о ложном направлении исследования и необходимо проделать уменьшение Y_1 на оговоренное ΔY , то есть Y_1 присваивается значение 0.7 (если это значение Y_1 дает желаемые результаты, то есть уменьшение K_{var} по сравнению с минимальным за весь процесс анализа, то производится уменьшение Y_1 до тех пор, пока K_{var} не начнет расти). Данный этап

заканчивается присвоением U_1 того значения, которое дает оптимальный $K_{вар}$. Далее этот же процесс продолжается при фиксированном U_1 на выбранном уровне с последующими показателями степени постепенно.

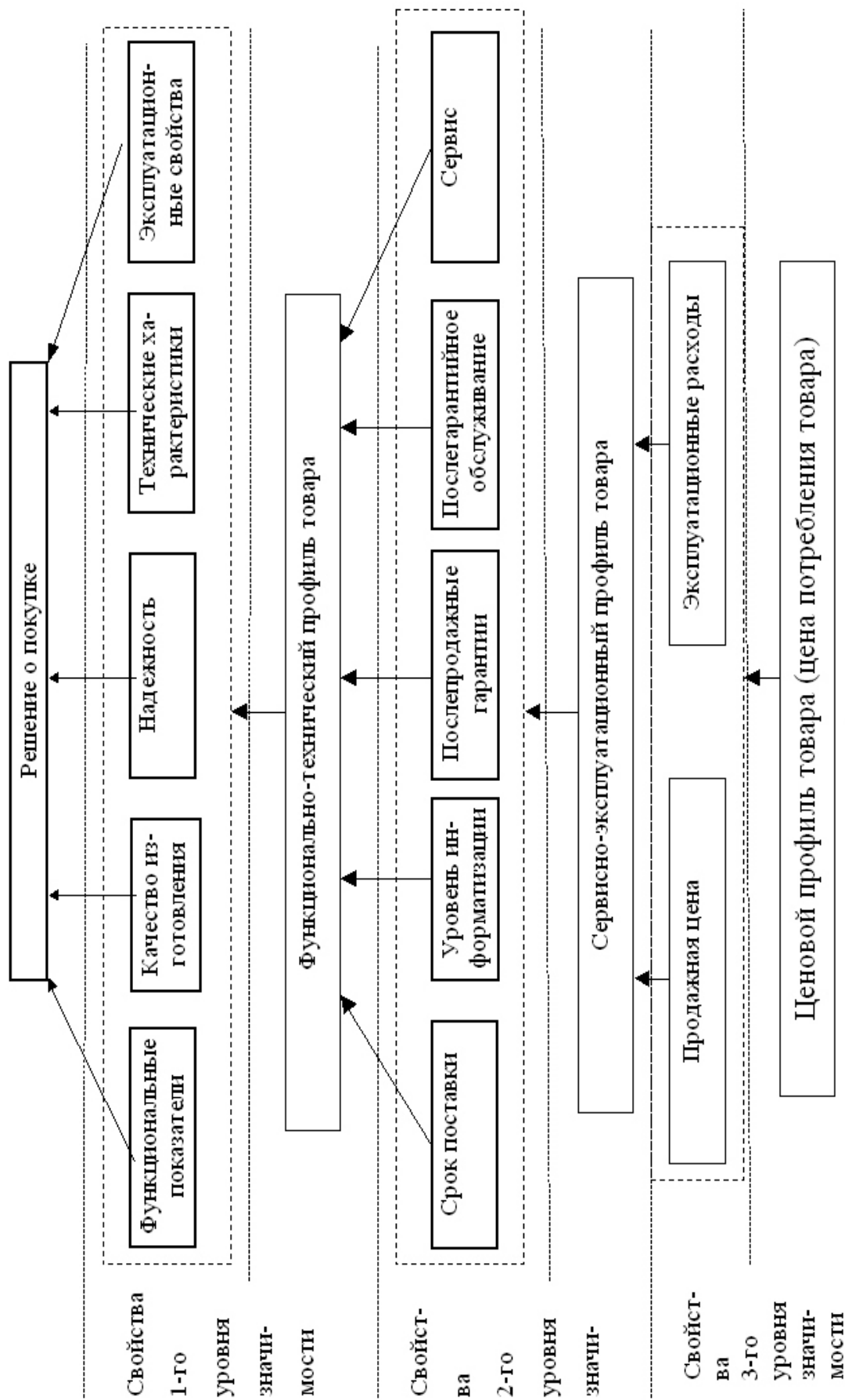


Рис.1. Общая схема принятия решения о покупке промышленного товара

Таблица 1. Типовая таблица построения эмпирической зависимости между ценой товара промышленного профиля и его техническими параметрами

Тип машины	Цена	Технические параметры				1	2	3	4	5	6	7
		A ₁	A ₂	A _n	Y ₁ =1; Y ₂ =1; Y _n =1	Y ₁ =1,3 ; Y ₂ =1; Y _n =1	Y ₁ =1,6 ; Y ₂ =1; Y _n =1	Y ₁ =0,7 ; Y ₂ =1, Y _n =1	Y ₁ =0,4 ; Y ₂ =1, Y _n =1
1	Ц ₁	A ₁₁	A ₁₂		A _{1n}							
2	Ц ₂	A ₂₁	A _{1m}		A _{2n}							
3	Ц ₃	A ₃₁	A ₃₂		A _{3n}							
4												
....												
m	Ц _m	A _{m1}	A _{m2}		A _{mn}							
Кмсред												
Квар						К _{вар1}	К _{вар2}	К _{вар3}				

Однако, бывают ситуации, когда сложно выбрать перечень технических параметров при установлении цены, но, исходя из цели приобретения любого оборудования потребителем (получение максимальной прибыли от использования его в производственных целях) основным показателем, позволяющем полностью отразить эффективность функционирования промышленного товара любой классификационной группы и назначения (ради которого и приобретается машина) в качестве опорного показателя для решения поставленной задачи может быть использован показатель эксплуатационной производительности, который определяется по формуле:

$$Q_{\text{экс.}} = Q_T \cdot K_T \cdot K_{T.I.} \cdot K_{\text{ор.}} \quad (3)$$

где $Q_{\text{экс.}}$ – эксплуатационная производительность; Q_T – техническая производительность; $K_{T.I.}$ – коэффициент технологического использования оборудования, определяющий продолжительность технологических операций; K_T – коэффициент технического использования, включающий простои, связанные с техническим обслуживанием, плановыми и аварийными ремонтами оборудования; $K_{\text{ор.}}$ – коэффициент организационного использования, учитывающий простои по организационным причинам.

Таким образом, в случае использования эксплуатационной производительности в качестве определяющего при установлении продажного уровня цены на оборудование формула функциональной зависимости принимает вид:

$$C = K_{m1} * Q_{\text{экс}}^{z1} \quad (4)$$

Выводы. К достоинствам данной методики установления цены путем определения функциональной зависимости можно отнести наиболее высокую точность по сравнению с другими способами, легкость описания, а, в случае, применения программного пакета и быстроту проведения процесса. Описанный метод является в настоящее время наиболее удобным для описания экономической стороны исследуемого оборудования, так как он отражает не только цену машины, но и показывает степень влияния наиболее важных показателей назначения на ее уровень, а также значимость качества и надежности машины при проведении процесса ценообразования. В качестве веской аргументации эффективности использования функционального подхода в ценообразовании является то, что он позволяет не только оценить конкурентную ситуацию на рынке и пропозиционировать свой товар среди аналогов данной классификационной группы (этот подход можно отнести к нормативно-параметрической группе методов ценообразования, которые ориентированы на конкурентную ситуацию), но и найти связь между функциональными возможностями машины и ее стоимостью (а, если есть необходимость и потребительной стоимостью, что для потребителей промышленной продукции порой более существенно). Таким образом, появляется возможность подойти к цене с позиции потребителя, который вкладывает в цену смысл не количества вложенных ресурсов в товар, а эффективность его функционирования в реальных условиях эксплуатации и оплачивает вложенные в машину функции, а также обосновать цену перед потребителем, что играет не последнюю роль в процессе принятия решения. Поэтому данный метод может быть использован и как самостоятельный, и в сочетании с затратными методами для обоснования выгоды

установленої ціни і формування фундаменту для розробки програми управління затратами і стоимостью на підприємстві-виробителі.

Источники и литература

1. Долинская М.Г., Соловьев И.А. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции. – М.: Издательство стандартов, 2002. – 128 с.
2. Моисеева Н.К. Основы теории и практики ФСА. – М.: Высшая школа, 2001. – 344 с.
3. Панков В.А.. Функционально-стоимостной анализ технических и организационно-экономических систем (ФСА/ФСУ). – Донецк, 2005. – 257 с.
4. Шендеров А.И., Емельянов О.А., Один И.М. Надежность и производительность горно-транспортного оборудования. – М.: Недра, 1998. – 247 с.
5. Косвинов В.А. Определение показателей материалоемкости вероятностно-статистическими методами. – М.: Стандарты и качество, 1998. – 210 с.

Кравченко Т.В.

ВЛАСНИЙ ОБОРОТНИЙ КАПІТАЛ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ: НЕДОСТАТНІЙ ОБСЯГ ЧИ НЕРАЦІОНАЛЬНЕ РОЗМІЩЕННЯ

Постановка проблеми. Особливості функціонування підприємств в сучасних економічних умовах обумовлюють необхідність ефективного управління підприємством, яке б забезпечувало інтеграцію економічних процесів на підприємстві, пов'язувало внутрішні ресурси суб'єкта господарювання та зовнішнє середовище, посилювало його адаптивність та конкурентоздатність.

Проблеми управління оборотним капіталом суб'єкта господарювання привертають все більше уваги представників фінансової науки [3, 4, 8, 19, 21, 22]. Це обумовлено трансформаційними процесами, що відбуваються в українській економіці, розвитком різноманітних форм власності та господарської поведінки власників і менеджерів підприємств. З розширенням фінансової та інвестиційної діяльності, посиленням інформаційних процесів і під впливом концепції обмеженості ресурсів головним завданням управління капіталом стає пошук ефективних шляхів формування та використання оптимального обсягу капіталу, раціональне інвестування його в активи, що приносять найвищі доходи за мінімального ризику. Тому без глибокого розуміння джерел його створення, а також змін, що виникають в процесі здійснення господарської діяльності, практично неможливо не тільки оцінити стан підприємства, але й ефективно управляти наявним капіталом [14, с. 32].

Актуальність. Зміни в економіці України, що пов'язані з переходом до ринкових засад господарювання, потребують нових способів і підходів до управління економічними процесами, зокрема, й управління процесами формування та використання оборотного капіталу фармацевтичних підприємств. Вивчення опублікованих робіт і практика господарської діяльності свідчать про відсутність достатнього висвітлення питань, пов'язаних з розробкою ефективної політики формування оборотного капіталу, особливо враховуючи специфіку підприємств фармацевтичної галузі. Потребує подальшої розробки та теоретико-методологічного обґрунтування і система показників для оцінки ефективності політики формування оборотного капіталу підприємств на основі комплексного, а не вибіркового, теоретичного дослідження та його практичного застосування, зокрема, на прикладі Миколаївської області.

Основна частина. Фармацевтичний ринок України являє собою складну структуру з високим рівнем конкуренції, і при цьому величезну роль для фармацевтичного бізнесу грає ефективність управління оборотним капіталом підприємства. Соціальний аспект лікарських засобів та виробів медичного призначення як товару пред'являє посилені вимоги до відповідності пропозиції фармацевтичних товарів попиту, а отже, до ефективних стратегій та методів управління оборотним капіталом. В умовах ринкової економіки, коли підприємства мають можливість обирати собі постачальника і покупця, надавати та брати позики у інших підприємств, розміщувати свої кошти в капіталах інших підприємств, різко зростає необхідність використання цілісної системи взаємодіючих показників фінансового стану підприємства як інформаційної бази для об'єктивного управління та визначення ефективності роботи підприємства, швидкості оборотності капіталу, його продуктивності, оцінки ризику та вигідності того або іншого способу розміщення фінансових ресурсів. Особливо враховуючі такі тенденції у фінансово-господарській діяльності фармацевтичних підприємств як недостатні обсяги оборотного капіталу; велика питома вага низьколіквідних оборотних активів; обмежений обсяг вільних грошових коштів; використання товарних кредитів як вагомого джерела формування оборотного капіталу підприємств галузі; зловживання короткостроковими позиковими джерелами фінансування; вагома частка позикових коштів, що збільшується до небезпечних меж, в загальній сумі джерел; дефіцит власних коштів.

Зазначені фактори створюють у підприємств галузі загрозу втрати фінансової стійкості, викликають необхідність залучення додаткових джерел фінансування. Проте науковцями здійснюється вибіркова оцінка фінансових показників діяльності [15] і головна увага приділяється виключно недостатності обсягу оборотного капіталу [6]. Динаміка показників оборотного капіталу розглядається у розрізі змін сбутового потенціалу фармацевтичних підприємств [9, 11], або динаміки темпів приросту активів і прибутку [12, 13].