

**А. В. Копытовских**

azbignev@mail.ru

Полесский государственный университет, г. Пинск, Беларусь

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ОПТИМИЗАЦИИ ЦЕН  
НА МЯГКУЮ МЕБЕЛЬ ЗАО «ХК «ПИНСКДРЕВ» НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ**

Предложена и апробирована на практике новая программа управления ценами, направленная на получение максимальной прибыли от реализации продукции.

Анализ ценовой политики показывает, что методы управления ценами на предприятиях пока недостаточно совершенны. Так, в условиях конкурентной среды цены устанавливаются главным образом экспертным путем с ориентацией на основных конкурентов [1, 2]. При обосновании цен на товары также обычно устанавливают соотношение между уровнем цены и спросом на продукцию. Для контроля обычно используют показатели эластичности спроса. Однако, практика их применения показала, что данный показатель далеко не всегда даёт возможность получения адекватной оценки для принятия решения по уровню цен [3].

В работе сделана попытка усовершенствования методики управления ценами на ЗАО «ХК «Пинскдрев». При этом вместо показателя эластичности цен использован коэффициент оценки эффективности изменения цен по прибыли  $K_n$  (коэффициент прибыльности), показывающий, во сколько раз увеличится или уменьшится прибыль от реализации продукции при изменении цены с учетом полного удовлетворения спроса на товар. В целях поиска оптимальных вариантов цен была сформирована маркетинговая программа, получившая название «Фарватер» по аналогии поиска наибольшей глубины в мореплавании с поиском наилучшего ценового решения, обеспечивающего максимум прибыли. Результаты реализации программы в г. Брянске в течение месяца приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Влияние цены на формирование прибыли для товара тахта «Банджо»

№ п/п	Цена, руб. РФ	Объем реализации (по спросу), руб. РФ	Затраты, руб. РФ	Коэффициент прибыльности
1 (базовый)	20171	161366	73083	1,00
2	24205	96820	36540	0,68
3	16809	252135	137030	1,30
4	15516	279288	164430	1,30
5	12607	315175	228375	0,98
6	13447	295834	200970	1,07

На рисунке 1 показано соотношение между спросом и предложением на товар тахта «Банджо». На основе корреляционно–регрессионного анализа установлено, что спрос  $Q$  на продукцию тахта «Банджо» в денежном выражении в зависимости от цены  $P$  с коэффициентом корреляции  $R = 0,99$  определяется линейным уравнением

$$Q = 5,6607 \cdot 10^5 - 19,4229 P$$

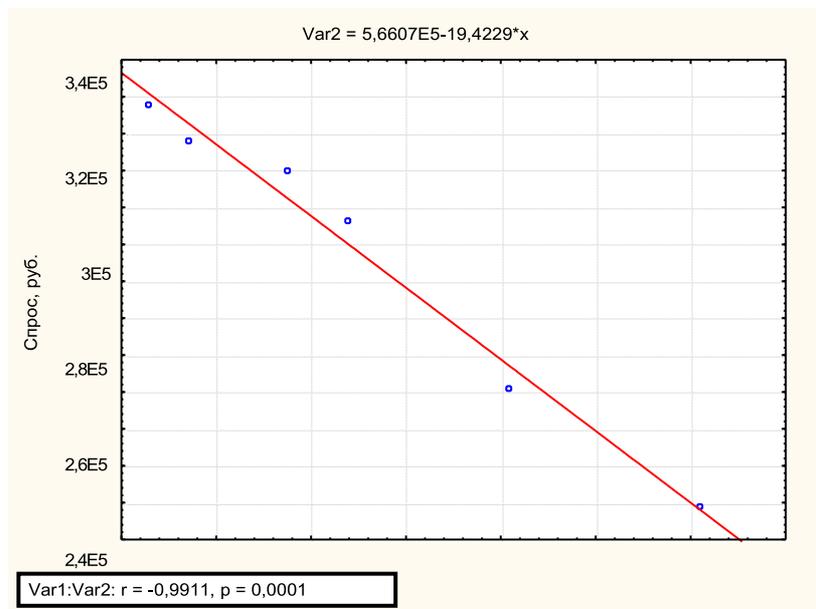


Рисунок 1 – Зависимость спроса на товар тахта «Банджо» от цены

На рисунке 2 приведено соотношение между ценой  $P$  на товар тахта «Банджо» и коэффициентом прибыльности  $K_n$

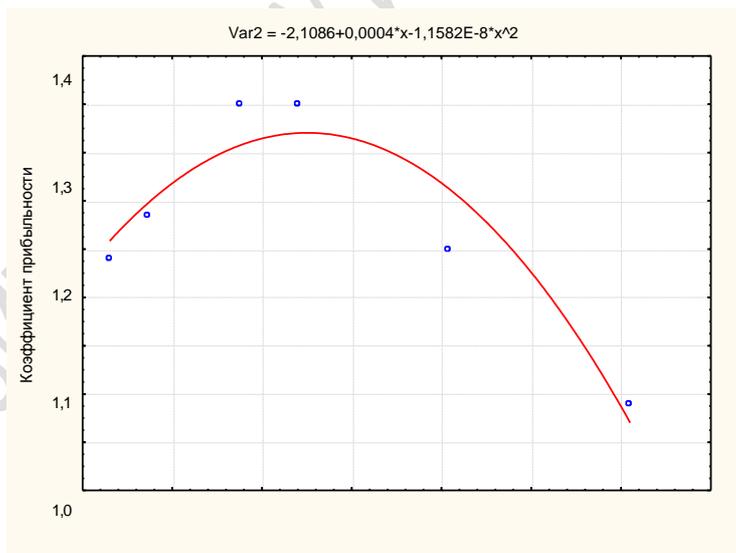


Рисунок 2 – Зависимость коэффициента прибыльности от цены на товар тахта «Банджо»

Зависимость коэффициента прибыльности  $K_n$  от цены  $P$  определяется эмпирическим уравнением в виде полинома второй степени

$$K_n = -2,1086 + 0,0004 * P - 1,1582 * 10^{-8} * P^2. \quad (1)$$

Для определения оптимальной цены, соответствующей максимальному коэффициенту прибыльности необходимо взять первую производную функции, приравнять к нулю и решить полученное уравнение

$$K_n' = 0,0004 - 2,3164 \cdot 10^{-8} \cdot P = 0. \quad (2)$$

В результате решения получено значение оптимальной цены  $P_{opt} = 17268$  (руб.)  
Далее определен средний объем реализации по спросу на товар при оптимальной цене

$$Q = 5,6607 \cdot 10^5 - 19,4229 \cdot 17268 = 230675 \text{ (руб.)}. \quad (3)$$

Спрос  $Q_n$  в количественном выражении при этом составляет

$$Q_n = 230675 / 17268 = 13 \text{ (шт.)}. \quad (4)$$

Коэффициент прибыльности, соответствующий оптимальной цене, составит

$$K_n = -2,1086 + 0,0004 \cdot 17268 - 1,1582 \cdot 10^{-8} \cdot 17268^2 = 1,3450. \quad (5)$$

Новая прибыль составит

$$П_n = (161366 - 73083) \cdot 1,345 = 88283 \cdot 1,345 = 118741 \text{ (руб.)}. \quad (6)$$

Экономический эффект от оптимизации цены в виде дополнительной прибыли составит

$$\mathcal{E} = П_n - П_б = 118741 - 88283 = 30458 \text{ руб.} \quad (7)$$

Обобщающие результаты для трех видов мягкой мебели, участвующих в программе приведены в таблице 2

Таблица 2 – Экономическая эффективность от оптимизации цен при проведении программы «Фарватер»

Наименование товара	Вариант	Цена, руб	Спрос, руб.	Прибыль, руб.	Дополнительная прибыль, руб.
Тахта «Банджо»	базовый	20171	161366	88283	–
	оптимальный	17268	230675	118741	30458
Набор «Шаро»	базовый	28656	429840	235166	–
	оптимальный	21227	918441	308161	72996
Диван «Джаз»	базовый	34981	944492	516733	–
	оптимальный	44075	1616987	625246	108513
Итого, дополнительная прибыль по всему комплексу:					211967

Таким образом, месячная прибыль от оптимизации цен только по трем видам товаров составляет 211967 руб. Соответственно, в течение года она может достигнуть  $211967 \cdot 12 \approx 2,5$  млн. руб. РФ. Очевидно, что более масштабная реализация разработанной программы будет способствовать существенному повышению спроса, увеличению доли рынка, росту прибыли и, как следствие повышению конкурентоспособности предприятия на внешнем рынке в целом.

### Литература

1. Саймон, Г. Эффективное ценообразование / Г. Саймон, Р. Долан. – М.: Экзамен, 2005. – 416 с.
2. Шаркова, О.Э. Ценообразование / О.Э Шаркова, О.А. Карякина. – Минск: АУПРБ, 2012. – 169 с.
3. Копытовских А.В. Оценка возможностей практического использования показателей

эластичности при управлении ценами / А.В. Копытовских, А.А. Копытовских, – Экономика и банки – ПолесГУ, 2016. – №1. – С.66–74.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ ИМЕНИ Ф. СКОРИНЫ