

## МЕХАНИЗМ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ: ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ

**И.В. Ивановская**

Белорусский государственный экономический университет, ivanovskaya@mail.ru

*Введение.* В целях дальнейшей либерализации белорусской экономики, повышения ее конкурентоспособности и создания благоприятных условий для динамичного и устойчивого развития Директивой № 4 «О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь» предусматривается осуществление «перехода к рыночным механизмам ценообразования, способствующим повышению качества и конкурентоспособности товаров (работ, услуг)» [1]. В этой связи актуальным представляется исследование экономической сущности и специфики формирования механизма ценообразования организаций, функционирующих в условиях социально ориентированной экономики Республики Беларусь.

*Степень изученности проблемы и её предлагаемое решение.* Прежде чем раскрывать теоретические и методологические принципы формирования механизма ценообразования необходимо определить его экономическую сущность. Проведенный нами анализ позволяет утверждать, что в экономической литературе существует две основные точки зрения на сущность механизма ценообразования:

– представители первого подхода: Ерфорт И.Ю. [2, с. 6], Пастернак Ю.Д. [3, с. 7], Андреев А.М. [4, с. 10], Яновский А. [5, с. 15] – рассматривают механизм ценообразования как часть экономического механизма управления предприятием, которая обеспечивает управление системой цен с помощью реализации в процессе ценообразования стратегий, обусловленных ценовой политикой предприятия. Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н. [6, с. 199] отмечает, что ценовой механизм является инструментом воздействия фирмы на потребителя и включает, с одной стороны, сами цены, их виды, структуру, величину, динамику изменения, а с другой – процесс ценообразования с его правилами установления, формирования новых и изменения действующих цен.

Лизовская В.В. [7, с. 14] рассматривает процесс формирования механизма ценообразования как совокупность следующих этапов: разработка инструментов и регламентация процессов в отношении ценовой политики на предприятии (создание системы мониторинга информации о сделках, внедрение механизмов быстрого распространения знаний и процессов, облегчающих поддержку ценовых решений в реальном времени); организация процесса и создание структуры управления ценами на предприятии (организация команды, уполномоченной отслеживать и влиять на все решения в области ценообразования на предприятии, создание системы контроля реализации ценовой стратегии на предприятии); определение ключевых показателей эффективного функционирования ценовой политики предприятия (определение показателей деятельности работ по ценообразованию, определение их целевых значений и направлений их достижения); выработка мотивационной схемы для персонала, участвующего в работе по ценообразованию (определение системы стимулов и компенсаций для топ-менеджмента и персонала на местах по итогам работы по ценообразованию); организация мониторинга внешней и внутренней среды.

*Субъект управления:* субъект хозяйствования. *Следствие принятия подхода:* формирование отпускных цен.

– представители второго подхода: Полещук И.И., Емельянова Т.В., Андреев В.Е., Рогатенюк, Е.В. рассматривают механизм ценообразования как охватывающий все уровни управления экономикой. Полещук И.И. пишет, что механизм ценообразования включает систему целей, форм, методов, способов, определяющих порядок формирования, регулирования и контроля цен, а также

область принятия ценовых решений [8, с. 14]. Критерием эффективности механизма выступает повышение жизненного уровня населения на основе устойчивого развития и роста эффективности производства, обеспечение условий для расширенного воспроизводства отечественным товаропроизводителям, повышение конкурентоспособности продукции на внутреннем и внешнем рынках [8, с. 26]. Емельянова Т.В. рассматривает механизм ценообразования как совокупность взаимосвязанных процессов формирования и изменения цен под воздействием множества экономических и иных факторов, протекающих с участием различных хозяйствующих субъектов, производителей, потребителей, посредников при регулирующей роли государства [9, с. 6]. Рогатенюк В.Е. под механизмом ценообразования понимает комплекс организационных форм, специально разработанных правовых норм, принципов и методов управления ценообразования на продукцию (товары, работы, услуги), которые произведены в социально-экономической системе. В составе механизма ценообразования она выделяет первичную сферу (сферу обеспечения) и вторичную (функциональную) сферу, ядро, а также систему критериев эффективности его функционирования. Первичная сфера механизма ценообразования – это социально-экономические и организационно-экономические отношения, которые характеризуют способ организации и регулирования отношений в сфере ценообразования; организационно-правовые отношения, которые определяются нормативными документами и формируют правовое поле механизма ценообразования; принципы ценообразования. Вторичная сфера механизма ценообразования отражает возможности реализации функций цены; включает систему целей, факторов и методов ценообразования. Ядром механизма ценообразования является система цен – совокупность разновидностей цен, которые обслуживают и регулируют отношения между всеми субъектами рынка. От того, насколько обоснованной является структуризация видов цен, зависит полнота выполнения назначения цены, что является критерием эффективности функционирования механизма ценообразования [10, с. 7].

*Субъекты управления:* органы государственного управления и субъекты хозяйствования *Следствие принятия подхода:* 1. Формирование системы цен и отдельных их видов, а также системы методов, воздействующих на способ их формирования, уровни и соотношения; 2. Формирование отпускных цен организации.

Помимо указанных подходов, ряд авторов отождествляют механизм ценообразования с отдельными его элементами: методами ценообразования (Якунина З.В., Волошин Д.И. и др.); рыночной адаптацией цен (Мальков А., Тарасов В.И. и др.), методиками расчета отпускной цены (Мотова М.В.) и др.

Как показал проведенный анализ, несмотря на значительный научный задел, проблема формирования и эффективного функционирования механизма ценообразования организации, особенно применительно к промышленным предприятиям Беларуси комплексно не исследовалась. Отдельные разработки в этом направлении имеют достаточно поверхностный характер, несовершенный терминологический аппарат, в результате чего происходит смешение и подмена понятий. Кроме этого существующие подходы к трактовке экономической сущности механизма ценообразования значительно отличаются друг от друга. Основные расхождения авторов заключаются в трактовке источника возникновения механизма ценообразования, субъекта управления, выборе формы технологирования, а также предлагаемых методиках реализации подфункций управления ценообразованием. При этом указанные подходы игнорируют то обстоятельство, что механизм ценообразования включает также такие элементы как методический подход к определению целей управления, средства, обеспечивающие процесс управления ценообразованием.

Нами установлено, что управление ценообразованием организации представляет собой организационно оформленную и обеспеченную информационными, техническими, программными средствами систему принципов, функций и методик разработки, принятия и реализации управленческих решений, связанных с формированием портфеля цен организации для достижения преследуемых ею цели и задач экономической деятельности на основе реализации ценовой политики.



**Рисунок – Механизм ценообразования организации**

Определено, что механизм ценообразования организации – это совокупность принципов, функций и методик определения цели и задач управления, связанных с формированием портфеля цен исходя из долговременной рентабельности в зависимости от осуществляемых видов экономической деятельности и рынков сбыта организации для достижения преследуемых ею цели и задач экономической деятельности на основе реализации ценовой политики (рис.).

***Список использованных источников:***

1. О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь: Директива № 4 от 31 дек. 2010 г. / Официальный интернет–портал Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://www.president.gov.by/press107177.html>. – Дата доступа: 10.01.2011.
2. Ерфорт, И.Ю. Формирование гибкого ценового механизма предприятия: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.06.01 / И.Ю. Ерфорт; Донбасская гос. машиностроительная академия. – Донецк, 2005. – 20 с.
3. Пастернак, Ю.Д. Зарубежный опыт и российская практика формирования механизма ценообразования: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.14 / Ю.Д. Пастернак; МГУ им. М.В. Ломоносова. – М., 2007. – 24 с.
4. Андреев, А.М. Совершенствование механизма ценообразования в условиях ограничения рынков сбыта продукции металлургических предприятий: автореф. Дис. ... канд. Экон. наук: 08.00.05 / А.М. Андреев; ГОУ ВПО «СПб гос. ун–т. экономики и права». – Сп–б, 2009. – 20 с.
5. Яновский, А. Формирование ценовой политики предприятия / А. Яновский // Маркетинг. – 2002. – № 3 (64). – С.117–121.
6. Маслова, Т.Д. Маркетинг / Т.Д. Маслова, С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик. – СПб: Питер принт, 2005. – 400с.
7. Лизовская, В.В. Формирование эффективной ценовой политики компании: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / В.В. Лизовская; ГОУ ВПО «СПб. гос. ун–т эк–ки и финансов». – СПб., 2009. – 19 с.
8. Полещук, И.И. Формирование механизма ценообразования в трансформационной экономике: методология и практика: автореф. дис. ... д–ра. экон. наук: 08.00.09 / И.И. Полещук; БГЭУ. – Минск, 1999. – 38 с.
9. Емельянова, Т.В. Ценообразование: учеб. пособие / Т.В. Емельянова. – Минск: Высш. школа, 2006. – 255 с.
10. Рогатенюк, Е.В. Научно–методические основы развития механизма ценообразования в региональном рекреационном комплексе: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.10.01 / Е.В. Рогатенюк; Институт экономико–правовых исследований НАН Украины. – Симферополь, 2006. – 20 с.