

В недалеком прошлом существовали специализированные книжные магазины, которые были хорошо известны определенному кругу покупателей. Эти магазины имели постоянных покупателей. Теперь же все они превратились в универсальные предприятия с широким ассортиментом не только книжной, но и другой продукции. В среднем ассортимент книжного магазина в Минске составляет примерно 10—12 тысяч позиций. Это улучшило финансовое положение книготорговых предприятий, но пострадал покупатель.

В целях улучшения ситуации в книжной торговле необходимо выявить целевые группы потенциальных покупателей и организовать торговлю соответствующей литературой в специализированных магазинах. Так, нам удалось установить, что существует достаточно устойчивая и многочисленная группа покупателей — менеджеры. С их стороны имеется спрос на деловую литературу.

В то же время ассортимент деловой литературы книжных магазинов формируется достаточно спонтанно. Книги по экономике и менеджменту размещены, как правило, в неприметных местах. В залах нет продавцов, способных проконсультировать покупателя. Другую потенциальную целевую группу могли бы составить студенты. Значительная часть населения интересуется литературой о компьютерах. Для выявления подобных групп покупателей нужны специальные маркетинговые исследования.

Удовлетворять специфические потребности читатели могут, на наш взгляд, так называемые нишевые игроки — магазины, создающиеся для обслуживания определенных групп покупателей (например, деловых людей, студентов, школьников и др.). Сейчас, по-видимому, рынок еще не готов к появлению нишевых игроков. Однако через 1,5—2 года вполне реально ожидать появления современных специализированных книжных магазинов.

Е.М. Гиль
БГЭУ (Минск)

КАЛЬКУЛИРОВАНИЕ ПО ПЕРЕМЕННЫМ ЗАТРАТАМ КАК ОСНОВА ПРОВЕДЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ ПОЛИТИКИ ЦЕН

Установление цены на производимую предприятием продукцию является одним из наиболее ответственных решений по управлению сбытом продукции, так как от величины цены зависят финансовое состояние предприятия, его способность оплатить затраты на изготовление и реализацию продукции, получить необходимую прибыль. От правильности назначения цены зависит возмож-

ность реализации продукции, уровень ее спроса на рынке. В условиях постоянно меняющейся рыночной среды менеджеру постоянно приходится принимать решения о цене. Они еще больше усложняются в условиях многономенклатурного производства.

Эффективное манипулирование ценами в зависимости от сложившейся рыночной ситуации возможно при наличии оперативной и разносторонней информации об издержках, которые во многом определяют величину цены на продукцию. Причем в составе затрат на единицу продукции (себестоимости) следует выделять как постоянную, так и переменную части. Наличие такой информации дает возможность определять с достаточной степенью точности направление и размеры изменения выручки от реализации и прибыли в зависимости от изменения (увеличения или снижения) цен. Дело в том, что постоянные и переменные затраты по-разному реагируют на изменение объемов производства, что является принципиально важным моментом при определении дальнейшей ценовой стратегии.

Что касается действующего в нашей республике метода ценообразования, то он базируется на установлении цен, исходя из информации о полной себестоимости продукции. Такой метод не проводит различия в поведении затрат и изначально ориентирует на принятие ошибочного решения. Основываясь на информации о полной себестоимости, невозможно ответить на вопрос о том, как то или иное ценовое решение повлияет на изменение массы прибыли, объема продаж и доли рынка.

Стратегия ценообразования в условиях рыночной экономики исходит из того, что издержки никогда не следует брать за основу определения цены. Более правильным является подход, при котором прежде всего учитывают факторы, относящиеся к спросу, а не к предложению. Однако после того как цена равновесия установлена, предприятие должно проанализировать все свои затраты и постараться их минимизировать. Именно на данном этапе информация о величине постоянных и переменных издержек является ключом к эффективному управлению затратами.

С другой стороны, в зависимости от влияния различных рыночных факторов менеджерам предприятия могут понадобиться сведения о возможных пределах снижения цен. Таким пределом как раз и выступает себестоимость продукции, рассчитанная по переменным издержкам. Важнейшим, на наш взгляд, преимуществом калькулирования себестоимости по переменным затратам является возможность определять вклад каждого вида реализованной продукции в общую прибыль, что имеет огромное значение для принятия эффективных и прибыльных решений о ценообразовании.

Информация о сокращенной себестоимости также предоставляет возможность проведения демпинговой политики, расчета и выбора различных комбинаций цены на товар и объемов его реализации, обоснования шкал (каталогов) скидок с цен.

Классификация издержек на постоянные и переменные имеет реальный экономический смысл и широко используется в зарубежной практике для решения таких задач управления, как оптимизация ассортимента выпускаемой продукции при наличии узких мест, целесообразность принятия дополнительного заказа на цены ниже обычных, выбор, замена оборудования и др.

Таким образом, эффективная политика цен в условиях рынка возможна только при использовании разносторонней информации об издержках (прежде всего — постоянных и переменных), поскольку они играют ключевую роль в разработке стратегии ценообразования.

Е.В. Голуб
БГЭУ (Минск)

СОЦИАЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ КАК ЭЛЕМЕНТ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Сущность социального государства обуславливает необходимость проведения сильной политики и использования действенного механизма ее реализации в целях более полного удовлетворения жизненных потребностей людей, улучшения условий и качества их жизни.

Требования к социальной политике резко возрастают в период глубоких реформ. В этих условиях она призвана смягчить негативные социальные явления и противоречия, помочь населению адаптироваться к новым условиям, суметь реализовать на пользу человеку позитивные сдвиги в экономике.

Большинство авторов рассматривает социальную политику как систему целенаправленных государственных мероприятий и акций по регулированию отношений между отдельными группами населения, направленных на создание нормальных условий жизни и благоприятных возможностей для развития и самореализации всех членов общества.

Однако при более детальном рассмотрении социальной политики можно заметить, что она включает в себя не только социальную деятельность государства. Среди ее составных частей можно также выделить социальную ответственность бизнеса и социальные ресурсы (см. рисунок).