

структурных преобразований в современной экономике, которые, несомненно, носят **глобальный** характер в рамках нашего государства.

Что касается структурных изменений в экономике Кемеровской области, то и в прошлые годы и в 2005-2006 годах никаких практически серьезных сдвигов в этой сфере, к сожалению, не произошло. По-прежнему главную роль в экономическом потенциале области играет промышленность, и прежде всего ее базовые отрасли - черная металлургия, топливная и химическая промышленность. Экспортная и внутренняя востребованность их продукции привела к дальнейшему росту объемов производства (за исключением черной металлургии). В результате доля отраслей, производящих конечную продукцию, формировала лишь 10,3 % объема производства области (в 2005 году - 10,8 %). В то же время существующая отраслевая структура инвестиций в основной капитал **не предполагает сколько-нибудь серьезных структурных изменений и в ближайшей перспективе** [2]. В виду этого актуальность темы исследования еще более усиливается.

Аксиоматическим является положение о том, что долговременной основой устойчивого функ-

ционирования и развития экономики является ее структурно-инновационное преобразование и акцентированное при этом развитие, прежде всего, инновационного предпринимательства, в том числе и малого. Однако, такая основа в стране до сих пор не создана как на федеральном, так и региональном уровнях. В связи с этим достаточно указать на то, что в 2003-2005 годах доля инновационно-активных предприятий в их общем числе (имеется в виду макроуровень экономики) равнялась 4,5-4,8 процента. Объем инновационной продукции составил всего 2,6 процента от общего объема произведенной продукции.

Следует заметить, что если брать процесс структурной перестройки в целом, то есть включить в него процессы реструктуризации образования, науки, культуры, процесс диверсификации экономики на качественно новой технико-технологической основе, динамичное (реструктурированное) развитие малого и среднего предпринимательства и др., то, по мнению специалистов, потребуется для этого не менее одного трлн.долларов США в расчете на 18-20 лет. Все это вместе взятое и обуславливает актуальность избранной нами темы исследования.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Глазьев С.Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития. – М.: ВладДар, 1993.- С.12-13.
2. Итоги экономического и социального развития Кемеровской области в 2005 году. – Кемерово: Департамент экономического развития Администрации Кемеровской области, 2006.- С.4.
3. Красильников О.Ю. Структурные сдвиги в экономике современной России. – Саратов: Научная книга, 2000. – С. 97-98.
4. Яковец Ю.В. Закономерности научно-технического прогресса и их планомерное использование. – М.: Наука, 1984; Тенденции структурных сдвигов в экономике // Экономист. – 1996. - №12.
5. Яковец Ю.В. Теория предвидения Н.Д. Кондратьева и методология долгосрочного макроструктурного прогнозирования. – М., 1997.

Автор статьи:

Шалабанова

Ольга Ивановна

- генеральный директор многоотраслевого производственного объединения ЗАО «Кузбасс»

**УДК [657.6 + 658.15] (075.8)**

**Н.И.Гальцева**

## **МЕСТО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В АНАЛИЗЕ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ**

Под предметом экономического анализа понимаются хозяйствственные процессы предприятий, объединений, ассоциаций, социально-экономическая эффективность и конечные финансовые результаты их деятельности, складывающиеся под воздействием объективных и субъективных факторов, получающие отражение через систему экономической информации. [1].

Как следует из определения, экономический анализ имеет дело с хозяйственными процессами предприятий, объединений, других подразделений и конечными производственно-финансовыми результатами их деятельности. Экономика предприятий изучается при этом не только в динамике, но и в статистике.

Объектом экономического анализа является

конкретное предприятие (акционерное общество, концерн, общество с ограниченной ответственностью и др.), которое рассматривается как экономическая система, т.е. понимается как целое, обособленное, ограниченное рамками коммерческой самостоятельности, и одновременно как часть, как слагаемое единого народнохозяйственного организма.

Значимость предмета и объекта экономического анализа как синтетической науки, которая использует достижения и фундаментальных и прикладных дисциплин, определяет и стоящие перед ним задачи. К числу важнейших из них следует отнести [1]:

1) повышение научно-экономической обоснованности бизнес-планов и производственных нормативов (в процессе их разработки);

2) испытание оптимальности управленческих решений (на всех ступенях иерархической лестницы).

Первая задача достигается в первую очередь осуществлением обстоятельного ретроспективного анализа хозяйственной деятельности. Построение временных рядов за значительный период позволяет установить определенные экономические закономерности в хозяйственном развитии. Далее выявляются основные факторы, которые оказывали в прошлом и могут оказывать в будущем существенное влияние на хозяйственную деятельность данного предприятия. Особое внимание обращается на анализ хозяйственной деятельности за текущий период, который является в то же время и предплановым. Выводы ретроспективного анализа совмещаются с текущими наблюдениями и в обобщенном виде используются в плановых расчетах. В связи с тем, что плановая работа опережает отчетную за текущий период, здесь возникает необходимость предпланового анализа. Ретроспективный и текущий анализ завершается перспективным (прогнозным) анализом, который дает прямой выход на планово-предположительные показатели.

К числу важнейших направлений перспективного анализа следует отнести конкурентоспособность по основным параметрам (объем производства и продажи, качество продукции, уровень цен, средняя прибыль); стратегию маркетинга; план производства и ценовую политику предприятия. Последнее направление играет особую роль, так как цена в условиях рыночной экономики — по сути, важнейший экономический параметр, характеризующий деятельность предприятия. Именно цены определяют структуру производства, оказывают решающее воздействие на движение материальных потоков, распределение товарной массы, уровень доходности предприятия.

Правильная методика установления цены, разумная ценовая тактика, последовательная реализация глубоко обоснованной ценовой стратегии составляют необходимые компоненты успешной

деятельности любого коммерческого предприятия в жестких условиях рыночных отношений.

Цены определяют рентабельность и прибыльность и, следовательно, жизнеспособность предприятия, являются существенным элементом, определяющим финансовую стабильность предприятия, сильнейшим средством в борьбе с конкурентами. Ценообразование — это средство достижения целей фирмы.

Несмотря на то, что за последние десятилетия широкое развитие получили неценовые факторы конкуренции, значение ценовой политики, методов формирования цен при продвижении товаров на внутренний и мировой рынки велико. В последнее время распространено мнение, что ценовая политика отходит на второй план. На смену ценовой конкуренции идет конкуренция качества, дополнительных услуг для покупателя. Утверждается, что стабильность цен гораздо предпочтительнее, чем выгоды от их изменения. Ход развития производства и требования покупателей подтверждают это. В период массового производства товаров наибольших успехов добивался тот производитель, который достигал экономии на издержках производства и реализации и тем самым мог продавать свои товары по низким ценам. Насыщение рынка, развитие новых отраслей, создание новых видов продукции (электроника, телевидение, компьютеры, искусственные материалы и т. д.) повысили культуру потребления. Спрос стал в значительной степени учитывать индивидуальные потребности.

Повысились требования не только к качеству, но и к уровню обслуживания потребителей. Расширение сервисных услуг (по реализованной продукции) сделало возможным обращать потребности покупателя в доходы фирмы-производителя путем наилучшего удовлетворения индивидуальных потребностей. В то же время, по материалам проведенного исследования, в Европе больше всего забот маркетинговому менеджеру доставляют цены (4,2 балла по пятибалльной системе, в том числе на потребительские товары — 4,2; на промышленные — 4,4 балла, на услуги — 3,7 балла).

Опрос 300 ведущих японских фирм, проведенный в конце 1993 г., показал, что они наиболее активно работают в области товарной политики (54%), 30% — в области сбыта и только 10% определили ценовую политику в качестве конкурентного преимущества и основной составляющей маркетинговой деятельности [3].

В странах, где доходы населения невысоки, ценовая чувствительность достаточно высокая, поэтому там значимость разработки и проведения грамотной ценовой политики особенно важна. К таким странам относится и Россия.

Значимость цены для предприятия состоит, прежде всего, в обеспечении прибыли от реализации продукции, поэтому ценовая политика должна быть хорошо обоснована и продумана. Все ска-

занное выше, относительно важности ценовой политики имеет еще большее значение для разработки бизнес-плана предприятия, которое только собирается выйти на рынок со своей продукцией.

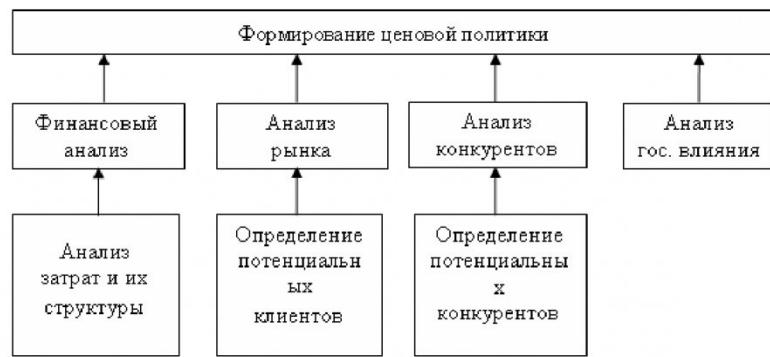
Разработка ценовой политики и стратегии предприятия предусматривает проведение ряда работ и расчетов. Во-первых, определяется оптимальная величина затрат на производство и сбыт продукции предприятия, чтобы получить прибыль при том уровне цен на рынке, который предприятие может достичь для своей продукции. Во-вторых, устанавливается полезность продукции предприятия для потенциальных покупателей (определяются потребительские свойства) и меры по обоснованию соответствия уровня запрашиваемых цен их потребительским свойствам. В-третьих, находится величина объема продаж продукции или доля рынка для предприятия, при котором производство будет наиболее прибыльным.

При осуществлении этих этапов разработки ценовой политики и стратегии предприятия выполняются следующие мероприятия:

- 1) анализ затрат производства и их структуры;
- 2) финансовый анализ деятельности предприятия;
- 3) сегментный анализ рынка;
- 4) анализ конкуренции предприятия в условиях конкретного рынка;
- 5) анализ влияния мер государственного регулирования по вопросам ценообразования.

Основные элементы и этапы разработки ценовой политики и взаимосвязи между ними можно представить с помощью схемы (рисунок).

В соответствии с финансовым планом предприятия определяется минимальный уровень прибыльности, необходимый при продаже каждого вида продукции, а также приоритетность задачи, которая должна соответствовать основным финансовым целям предприятия, принятым на ближайшее время и перспективу.



Из всего вышесказанного становится ясно, что анализ и разработка ценовой политики предприятия является неотъемлемой частью общего анализа его хозяйственной деятельности. Однако, до сих пор отдельного аналитического блока, который бы «отвечал» за выполнение такой задачи, в общей схеме операций по проведению экономического анализа предприятия пока нет.

Таким образом, первая задача экономического анализа плавно перетекает во вторую – как на базе имеющейся информации о финансово-хозяйственной деятельности предприятия принять грамотные управленческие решения, которые обеспечат положительную динамику его развития в сложных условиях современного рыночного хозяйства.

Аналитические расчеты должны предшествовать принятию любого решения финансового характера. Поэтому практически любой представитель аппарата управления предприятия (бухгалтер, финансовый менеджер, экономист) просто обязан быть хорошим аналитиком. Проведение квалифицированного анализа работы предприятия требует знания многих экономических наук, в основе всех аналитических процедур лежит знание математического анализа, статистики и эконометрики. В современных условиях анализ невозможен без применения новейших компьютерных технологий. Таким образом, АФХД предприятий можно назвать перекрестком многих наук – математики, информатики, макро- и микроэкономики, маркетинга и бухгалтерского учета [2].

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 416с.
2. Ковалев В.В., Волкова О.Н.. Анализ хозяйственной деятельности предприятия – М.: Проспект, 2000. – 424 с.
3. Цены и ценообразование. 4-е изд. – СПб.: Питер, 2005. – 560с
4. Экономико-математические методы и прикладные модели: Учеб. пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ, 1999. – 391с.

Автор статьи:

Гальцева  
Н И