

УДК 338.5
УСТАНОВЛЕНИЕ ЦЕН НА ПРОДУКЦИЮ ТОРГОВОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ С УЧЕТОМ ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА ПО ЦЕНЕ

О. В. СЕДЛУХО
Белорусско-Российский университет
Могилев, Беларусь

ОАО «Бакалея Могилев» занимается оптовой торговлей и розничной реализацией продовольственных товаров. Доля розничного товарооборота в 2016–2019 гг. составляла 38...40 %.

Ценовая политика ОАО «Бакалея Могилев» в сфере розничных продаж направлена на установление цен на уровне или немного ниже, чем у конкурентов. Конечный уровень розничных цен зависит от цены приобретения товара и от размер торговой надбавки. Основные составляющие этого способа ценообразования: потребительский фактор (спрос); ассортиментная политика; уровень конкуренции; сезонность.

По результатам проведенного анализа в ОАО «Бакалея Могилев» предлагается установить новые цены на товары, основываясь на расчете коэффициента эластичности.

По данным расчетов можно сделать вывод, что наиболее чувствительными к изменению цены являются следующие товарные группы: безалкогольные напитки, шоколад и шоколадные конфеты, мясные консервы, колбасы и колбасные изделия. Следовательно, при увеличении цены спрос на данные товарные группы существенно снижается.

Значительно менее чувствительные к изменению цены товарные группы: макаронные изделия, кондитерские изделия (печенье, вафли, пряники, кексы), соль, сахар, молочные продукты, алкогольные напитки и табачные изделия. То есть при изменении цены спрос на данные товарные группы изменится незначительно.

ОАО «Бакалея Могилев» предлагается изменить порядок ценообразования и в планируемом периоде установить торговую надбавку исходя из результатов расчета коэффициента эластичности спроса по цене.

Предлагаемые изменения торговой надбавки по товарным группам в планируемом периоде на ОАО «Бакалея Могилев» представлены в табл. 1.

Использование значений коэффициента эластичности при установлении торговой надбавки приведет к повышению торговой надбавки на семь ассортиментных групп, реализуемых ОАО «Бакалея Могилев». В то же время торговая надбавка будет снижена на четыре ассортиментные группы товаров.



Табл. 1. Изменения торговой надбавки по товарным группам

Показатель	Уровень торговой надбавки, (2018 г.), %	Коэффициент эластичности спроса по цене	Планируемая торговая надбавка, %	Изменение торговой надбавки, п. п.
Сахар	18	0,3161	24	+6
Соль	20	0,4050	26	+6
Кондитерские изделия	20	0,4181	26	+6
Макаронные изделия	18	0,4378	24	+6
Табачные изделия (за одну пачку)	20	0,1569	26	+6
Колбасы и колбасные изделия	24	0,6052	22	-2
Молочная продукция	18	0,3936	24	+6
Алкогольные изделия	22	0,1747	28	+6
Безалкогольные изделия	24	2,2196	22	-2
Мясные консервы	25	1,4900	23	-2
Шоколад и шоколадные конфеты	24	1,6985	22	-2

Изменение порядка ценообразования повлечет за собой рост суммы торговых надбавок на 126029 р., что в относительном выражении составит 106,4 % к сумме торговых надбавок до внедрения рассматриваемого мероприятия.

В результате предложенных мероприятий планируемое увеличение товарооборота предприятия составит 164779 р. или 101,3 %.

