

**Баришевська І.В.**  
*Канд., екон. наук, доцент кафедри фінансів,  
банківської справи та страхування  
Миколаївський національний аграрний університет  
м.Миколаїв, Україна*

**Гринчук Ю.В.**  
*Магістр спеціальності 072 «Фінанси,  
банківська справа та страхування»,  
Миколаївський національний аграрний університет  
м.Миколаїв, Україна  
BaryshevskaIV@mnaui.edu.ua*

## **ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ І ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАКСИМІЗАЦІЇ МАРЖИНАЛЬНОГО ДОХОДУ**

*Дослідження присвячено питанням реалізації механізму планування асортиментної і цінової політики організації. Розглянуто сутність асортиментно-цінової політики, обґрунтовано алгоритм розподілу змінної складової змішаних витрат на окремі види продукції.*

*Ключові слова: маржинальний дохід, цінова політика, асортиментна політика*

Незважаючи на досить велику кількість робіт, присвячених маркетинговому аналізу, управління асортиментом і ціновій політиці, існує визнана рядом авторів необхідність розробки інструментарію обробки інформації на етапі планування реалізації продукції в умовах багатомономенклатурних виробництва. Ця проблема все ще недостатньо розкрита, а дослідження носять оглядовий характер, містять загальні рекомендації з планування асортименту і ціни на продукцію.

Одним з найбільш поширених підходів до планування асортиментної і цінової політики, що застосовуються в рамках перспективного аналізу, в даний час є CVR-аналіз на базі інформації, представленої в системі «директ-костинг», на підставі поділу всіх витрат організації (проекту) на постійні і змінні. Цей інструмент, вельми простий і корисний для вирішення зазначеного завдання, проте, обмежений у застосуванні там, де складно застосувати цю класифікацію витрат [1].

Також для цілей формування оптимальної асортиментної і цінової політики велике значення мають положення теорії обмежень систем (ТОС), які розглядалися в роботах ряду зарубіжних і вітчизняних вчених таких як

А.Майстрів, В. Нотченко, А. Бабко, А. Шеремет, А. Іонова. У свою чергу, теорія обмежень систем, що базується на застосуванні положень оптимізації діяльності підприємства в умовах наявності «вузьких місць» ще й досі не досліджена в повному обсязі, що й спонукало до написання цієї роботи.

Асортиментно-цінова політика – один із найголовніших комплексів заходів на підприємствах, спрямований на підвищення вимог по якості та асортименту продукції, створенню цінових стратегій та тактик залежно від позицій на ринку [2].

На основі дослідження науково-практичних основ піднятої проблеми слід виділити наступні елементи формування адаптаційної асортиментно-цінової політики як окремого напрямку управлінського аналізу. Реалізація адаптаційно-оптимізаційної політики в рамках загальної системи маркетингу створює умови для обліку і аналізу мінливої економічної кон'юнктури [2].

Кінцевими індикаторами ефективності асортиментної політики є наступні ключові показники: позитивний фінансовий результат (прибуток), збільшення займаної частки ринку, формування позитивного іміджу компанії або окремого напрямку діяльності, утримання довгострокових стійких позицій на ринку.

Одним з основних ефективних варіантів підвищення ефективності діяльності організації в умовах наявності «вузьких місць» без залучення суттєвих фінансових вкладень може бути побудова асортиментної і цінової політики, що дозволяє ефективно використовувати дефіцитні ресурси організації.

Ключовою характеристикою ефективності асортиментної і цінової політики є пропускна здатність - максимальна швидкість, з якою організація здатна генерувати грошові кошти. У разі використання маржинального доходу як показника, найбільш об'єктивно характеризує швидкість генерування грошових коштів, пропускна здатність організації може бути описана як потенційно максимально можливий рівень маржинального доходу, який організація може отримати до усунення обмежують ресурсних і зовнішніх чинників [2].

Величина маржинального доходу багато в чому залежить від розподілу витрат на постійні і змінні. Проблеми виникають з так званими умовно-змінними (змішаними) витратами, що містять як змінну, так і постійну частини. Вони змінюються разом з рівнем ділової активності організації, однак їх зміна не має настільки яскраво вираженої залежності від її динаміки, як у випадку змінних витрат [3].

Алгоритм розподілу змінної складової змішаних витрат на окремі види продукції, включає наступні етапи:

- 1) Виявлення факторів, що визначають динаміку змінної частини змішаних витрат.
- 2) Угруповання змішаних витрат по окремих їх факторам.
- 3) Побудова функції витрат по одному або декільком виявленим факторним показникам.
- 4) Вибір бази для розподілу змінної частини змішаних витрат.
- 5) Розподіл змінної частини змішаних витрат пропорційно обраної бази розподілу (в разі єдиного чинника - всієї суми, в разі кількох - кожної виділеної групи пропорційно прийнятої для неї бази розподілу) [1].

Отже, чинниками, що значною мірою впливають на максимізацію маржинального доходу є дохід від реалізації та змінні витрати. Чим більшим є маржинальний дохід, тим швидше підприємство зможе відшкодувати постійні витрати та збільшити прибуток. При асортиментно-ціновій політиці здійснюється пошук найбільш оптимальної ціни на товарні продукції, що за певним обсягом продажу продукції надасть змогу отримати максимальну різницю між виручкою та змішаними витратами.

#### **Список використаних джерел:**

1. Майстрів А.І. Управлінський аналіз змішаних витрат в умовах багатомоноклітурної реалізації. // Актуальні проблеми соціально-економічного розвитку України. -2016, № 2, 21-24 с.
2. Нотченко В.В., Бабко А.Т. Науково обґрунтована економічна політика підприємства як інструмент адаптації до змін зовнішнього середовища. // Проблеми сучасної економіки - 2018, № 2 (26), 131-134 с.
3. Шеремет А. Д., Іонова А.Ф. Фінанси підприємств: менеджмент і аналіз: навч. посібник / А. Д. Шеремет, А.Ф. Іонова. К. : КНРА, 2017.

*Y. Hrynychuk. Formation of assortment and tsenovoy policy of the organization as a tool of maximization of marginal profit.*

*Summary*

*The study is devoted to the implementation of the planning mechanism of assortment and pricing policy of the organization. The sources of analytical data are considered, the theoretical and methodological scheme of the analysis is proved.*

*Key words: profit margin, price policy, assortment policy.*

**Гордеева Е.А.**

*Магистр экон. наук, докторант  
специальности «Экономика»,*

*Карагандинский государственный университет  
имени Е.А. Букетова,  
г. Караганда, Казахстан,  
gordelena78@mail.ru*

## **ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРОГРАММ И ПРОЕКТОВ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ**

*В статье анализируются современные тенденции оценки эффективности государственных программ и проектов инновационного развития в развитых странах.*

*Ключевые слова: государственная программа, проектный подход, эффективность.*

Анализ зарубежного опыта показывает, что оценке результатов проекта сопутствует оценка процесса реализации программы. Ярким примером является методика PART (ProgramAssessmentRatingTool), применявшаяся в США до 2009 года [1]. При оценке эффективности бюджетных программ оценка проводилась по четырем аспектам: цель и структура программы; планирование; управление программой; результаты. Подобное разграничение позволяет более точно выявить факторы, обуславливающие эффективность или неэффективность мер государственной поддержки. Эффективность программы может быть снижена за счет неэффективной реализации предусмотренных мероприятий. И наоборот, упущения на этапе разработки программы могут привести к отсутствию положительного эффекта при реализации программы.

Поскольку участниками инновационной деятельности является широкий круг участников необходимо применять как внутреннюю, так и внешнюю оценку эффективности государственных программ в области инновационного