

УДК 338.5

Н.В. Чернер

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ ЦЕНОВОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

***Аннотация.** В статье определено типологическое многообразие видов возмещения при переуступке прав собственности или иных видов вещного права и показана их корректная сводимость к условно и расширительно установленным ценам, представленным в развертке по времени. Привнесено типологическое многообразие дискриминирующих признаков выделения особенного вида управления и показано, по какому правилу локализуется ценовое управление. В концептуальном плане рассмотрено содержательное наполнение особенного вида управления – ценового управления организационно-институциональными обособлениями в экономике применительно к современным российским условиям.*

***Ключевые слова:** ценовое управление, виды возмещения, организационно-институциональные обособления, экономика, правило классифицирования.*

Nataliya Cherner

THEORETICAL RESEARCH OF MECHANISMS OF PRICE MANAGEMENT AT THE ENTERPRISE AT THE PRESENT STAGE

***Annotation.** In article the typological variety of types of compensation at a cession of ownership rights or other types of a right in rem is defined and their correct reducibility to conditionally and to broad established prices presented in development on time is shown. The typological variety of the discriminating signs of allocation of a special type of management is introduced and shown by what rule price management is localized. In the conceptual plan substantial filling of a special type of management – price management of organizational and institutional isolations in economy is considered in relation to modern Russian conditions.*

***Keywords:** price management, types of compensation, organizational and institutional isolations, economy, rule of classification.*

В настоящее время проблемы формирования цены на товарную продукцию являются одними из ключевых на всех уровнях управления предприятием. В зависимости от размера выручки или издержек финансовый результат предприятия будет очень существенно различаться [1]. Данное утверждение распространяется на любые известные схемы ценообразования. Однако достаточно часто наряду с обычными «ценовыми» схемами возмещения применяются другие механизмы, например, тарифная и отчислительная схемы, которые также имеют достаточно много версий [3]. Цена тоже не обязательно соотносится с одномоментным возмещением – достаточно вспомнить общеизвестную схему рассрочки платежей заказчика (порционную оплату). Можно себе представить случаи, когда размер возмещения является нулевым или даже отрицательным. Так, например, в рамках проведения рекламных акций некоторое количество товарной продукции нередко просто дарится, а в некоторых случаях, например, в рамках публичного тестирования товарная продукция переуступается поставщиком заказчику формально и фактически с доплатой. Распространены и схемы бартерных возмещений. Соответственно, возникает концептуальная интерпретационная проблема – либо организовывать и осуществлять унифицированное ценовое представление, либо же для каждой схемы создавать уникальный управленческий инструментарий. Поэтому проблематика корректной интерпретации ценового управления – как локального или же могущего универсализовать все схемы возмещений – является достаточно актуальной и видится пока еще не решенной ни на практике, ни в теории.

Характерным для любой рыночной экономики является разовое или систематическое произ-

водство некоторой одинаковой или многообразной товарной продукции, которая затем возмездно переуступается поставщиком товарной продукции ее заказчику по некоторой однозвенной или многозвенной цепочке задействованных субъектов. Глобальное построение системы отношений собственности, схожее с введенной схемой, например, в работе О. Н. Дмитриева, является, скорее всего, усложненным [5]. Однако во всех случаях выделяются переуступаемая товарная продукция и возмещение за нее, хотя, конечно, позиционирование этих объектов видится в общем случае условным – наглядный пример этой условности рельефно просматривается при бартере.

При этом самым «левым» субъектом в цепочке поставщиков является производитель товарной продукции, а самым «правым» в цепочке заказчиков – ее потребитель, тоже в самом широком смысле. В содержательном плане производство и потребление товарной продукции порой очень часто понимаются достаточно узко. Производитель считается осуществляющим некую производственно-технологическую деятельность, а потребитель признается применяющим эту товарную продукцию для обеспечения или извлечения некоторой пользы для себя. Вместе с тем на практике известны и многочисленные ситуации, когда производитель товарной продукции вообще ее не производит, точно также не все очевидно и с потребителем – например, потребление товарной продукции может быть абсолютно пассивным. В том числе она может просто храниться у потребителя или даже уничтожаться потребителем. Поэтому понятия «производство» и «потребление» являются скорее не смысловыми, а, прежде всего, позиционирующими статус субъекта в кортеже или цепочке его контрагентов.

Таким образом, в общем случае имеется цепочка (этот термин применяется в теоретических построениях и на практике чаще, нежели чем «кортеж») некоторых субъектов правоотношений: $S_1, \dots, S_n$, причем заведомо известно, что $n > 1$. И даже вполне возможна ситуация, когда $n \rightarrow +\infty$ (например, когда конечный заказчик неизвестен, и им может стать любой субъект правоотношений неограниченное число раз). Здесь случай, когда субъект правоотношений производит товарную продукцию для собственных нужд, не рассматривается (например, как это бывает при выполнении так называемых поисковых и задельных научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) [2]).

Соответственно: S_1 – это производитель, S_n – это потребитель, $S_1, \dots, S_{n-1}$ – последовательно поставщики, а $S_2, \dots, S_n$ – последовательно заказчики товарной продукции. Разумеется, в общем случае эта цепочка является ветвящейся, в некотором смысле бифуркационной (возникает визуальный аналог известной в ядерной физике цепной реакции с одной начальной точкой), особенно если выделяются партии товарной продукции – сначала, например, выделяется эксклюзивная продажа, потом – оптовая, потом – мелкооптовая, потом – розничная. Однако для излагаемых построений это совершенно несущественно – достаточно проследить хотя бы одну, совершенно произвольную цепочку субъектов правоотношений для одной элементарной единицы товарной продукции.

При этом для каждой пары субъектов $\{S_i, S_{i+1}; i = [1, n-1]\}$ подлежит заключению некоторый договор в общем случае возмездной переуступки некоторого объекта товарной продукции. Заметим, что описанное не зависит от того, в рамках какого из видов вещного права производится переуступка товарной продукции. Поэтому для краткости в дальнейшем изложении будем полагать, что переуступка производится в контексте права собственности в любом из семи известных сочетаний его компонент – права владения, пользования и распоряжения.

Возмещения с ценообразной формой и значением $C(t_{ij})$ могут производиться только в некоторые дискретные моменты времени $\{t_{ij}; i = [1, n-1]; j = [1, m]\}$, где m – число моментов осуществления таких возмещений. Например, упомянутая дискретизация может быть связана с организационным феноменом «банковских дней». Вариант множественного перечисления денежного возмещения в течение одного минимального хронологического периода выглядит слишком неординарным для от-

дельного изучения. Такие инструменты иногда используются на практике при перечислении больших перечислениях, которые разносятся на синхронно осуществляемые платежи небольших размеров.

При этом величины расширительно интерпретируемых цен $C(t_{ij})$ могут иметь произвольный знак и произвольный размер. Тогда любые возмещения в рамках договора поставки для каждой пары субъектов «поставщик-заказчик» $\{S_i, S_{i+1}; i = [1, n-1]\}$ будут представляться в следующем виде в стоимостном исчислении или эквиваленте: $\{C(t_{ij}), i = [1, n-1]; j = [1, m]\}$. В самом общем случае в это представление добавляются индексация номера договора, вида товарной продукции, ее модификационные исполнения и т.д. Соответственно видно, что расширительно интерпретируемая цена по своему формализованному представлению практически тождественна стереотипно трактуемой цене. Только в случае стереотипно трактуемой фактически получается частный, вырожденный случай: $m = 1$.

Введенная интерпретация цены предпочтительна по следующим соображениям: она инвариантна по отношению к виду характеристики возмещения; она инвариантна по отношению к размерам возмещения и размерности возмещения; она допускает любые изменения при пересмотре ценовых условий договора; она может учитывать разного рода надбавки, скидки, штрафы, пени, неустойки. В результате по всей цепочке возникает ленточный график платежей-возмещений.

Рассмотрим теперь каким образом можно локализовать специализированное – ценовое управление. Такая локализация возможна для различных организационно-институциональных уровней управления, включая случай корпоративных группировок типа российских холдингов [4; 6]. Любое управление характеризуется целями, управленческими воздействиями, внешними условиями, запрещениями по степени достижения целей и управленческим воздействиям, горизонтом управления. Указанные факторы являются дискриминирующими различные аспекты и далее – виды управления. Цели управления для случая предприятия или холдинга являются универсальными практически для всех видов специализированного управления. Единственное, что позволяет локализовать в данном случае управление – это характер управленческих воздействий. Остальные же признаки позволяют дифференцировать ценовое управление (например, на стратегическое и тактическое, на оперативное, краткосрочное, среднесрочное и долгосрочное, для условий монополизированности и немонополизированности, на обычное и антикризисное). Соответственно ценовое управление – это управление, где в качестве управленческих воздействий выступают назначения цен в расширительной интерпретации [5].

По результатам проведенного исследования можно сделать следующие выводы. В современных экономических условиях обязательным является возмещение со стороны заказчика поставщику за поставленную товарную продукцию независимо от его денежного или неденежного характера. Ценообразная характеристика этого возмещения является множественной, но корректно сводима к короткому размеру разовых перечислений денежных средств в некоторые дискретные моменты времени, а значения перечислений могут быть произвольными. Стереотипная интерпретация цены товарной продукции является частным случаем расширительной интерпретации. При этом ценовое управление определяется как управление, в рамках которого принимаются управленческие решения и реализуются управленческие воздействия по ценам на товарную продукцию в расширительной интерпретации.

Библиографический список

1. Внучков, Ю. А. Совершенствование системы финансового планирования на предприятии машиностроения / Ю. А. Внучков, Л. А. Углова, Д. А. Комонов // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2016. – № 4. – С. 122–124.

2. Внучков, Ю. А. Формирование продуктового портфеля предприятия на основе показателей рыночной эффективности изделий / Ю. А. Внучков, В. В. Хмелевой // Научные труды (Вестник МАТИ). – 2013. – № 21(93). – С. 283–290.
3. Данилочкина, Н. Г. Управление непрерывной деятельностью на промышленных предприятиях: российский опыт / Н. Г. Данилочкина, М. Б. Боброва // Экономика, социология и право. – 2016. – № 4-2. – С. 20–23.
4. Демченко, О. Ф. Методология математического моделирования организационных структур авиационно-промышленного комплекса Российской Федерации / О. Ф. Демченко. – М.: КноРус, 2011. – 315 с. – ISBN 978-5-406-02348-8.
5. Дмитриев, О. Н. Стратегическое управление корпорацией (фундаментальные и прикладные проблемы) : учеб. пособ. / О. Н. Дмитриев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Доброе слово, 2013. – 573 с. – ISBN 978-5-7035-2149-6.
6. Чернер, Н. В. Внутрикорпоративное ценовое управление в условиях полипередельного производства / Н. В. Чернер. – М.: Гном и Д. – 2004. – 107 с. – ISBN 978-5-3087-2596-7.