ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ РЕНТЫ В ЦИКЛЕ ФИНАНСОВЫХ РЕШЕНИЙ

Чумак В.Г., Павлович В.Е.

НОУ ВПО "Международный институт рынка" (г.Самара)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ РЕНТЫ В ЦИКЛЕ ФИНАНСОВЫХ РЕШЕНИЙ

Чумак В.Г., Павлович В.Е.

НОУ ВПО Международный институт рынка, Самара
Самара, Россия (443030, г. Самара, ул. Аксакова, 21) vit-pavlovich@yandex.ru

Предложен подход к оценке правильности инвестиционных решений предприятия, основанный на анализе потребительской ценности и расчете потребительской ренты. Приводится два способа расчета потребительской ренты, основанные на расчете справедливой цены по «лучшей покупке» и «лучшему качеству». Проиллюстрирована возможность повышения цены с учетом потребительской ренты.

Ключевые слова: активы, потребительская ценность, потребительская рента, цикл финансовых решений.

USE OF CONSUMER RENT IN FINANCIAL SOLUTIONS CYCLE

Chumak V.G., Pavlovich V.E.

International Market Institute, Samara
Samara, Russia (443030,Samara, Aksakov st., 21) vit-pavlovich@yandex.ru

An approach to assessing the correctness of the enterprise investment decisions based on analysis of consumer values and calculating the consumer rents. We present two ways of calculating the consumer rents, based on the calculation of the fair price for the "best buy" and "better quality". Illustrated the possibility of increasing consumer prices, taking into account rent.

Key words: assets, the value of the consumer, the consumer rent

В сфере управления финансами организации существует т.н. «цикл финансовых решений» (напр. [5], стр. 33), состоящий из трех этапов: привлечение капитала - формирование активов – распределение финансового результата. Инвесторы и кредиторы в настоящее время не ограничиваются стандартной информацией – отчетами и прибылях и убытках и балансовыми отчетами. Они требуют дополнительных свидетельств о том, что их средства размещены надлежащим образом. Вложения в активы должны быть сбалансированы по рискам и отвечать стратегической направленности [3].

Используемая в практике предприятий концепция value-based management [4] основана на идее, что если потребитель платит только за то, что, по его мнению, составляет потребительскую ценность, то и активы предприятия должны быть сформированы так, чтобы предоставлять потребителю требуемую ценность с заданным запасом конкурентоспособности, что даст возможность предприятию рассчитав требуемое соотношение «цена-качество» для своей продукции, максимизировать доходы, устранить излишние, не соответствующие заданному соотношению «цена-качество» затраты, и в итоге максимизировать прибыль, кроме этого необходимо постоянно совершенствовать структуру капитала и активов предприятия с целью соответствия её возможности удовлетворить запросы потребителей. По мнению авторов сегодня уже предприятию уже недостаточно в моделировании отношений с потребителями опираться только на потребительскую ценность. Необходимо также стремиться контролировать потребительскую ренту. Под потребительской рентой в данном случае понимается разница между выраженной в денежных единицах ценностью товара для потребителя и той ценой, которую потребитель за товар заплатил. Как отмечается в работе [2], потребители не столько оценивают потребительскую ценность товаров, сколько свой возможный выигрыш от их приобретения. Этот выигрыш от приобретения потребитель может оценить только на основе сравнения своего дохода (своих возможностей) с предлагаемой продавцом ценой и качеством товара и на основе предложений конкурентов. Величина потребительской ренты может выступать как показатель запаса конкурентоспособности производителя. Предлагается оценивать потребительскую ренту до и после мероприятий по изменению структуры активов, и разница в полученных значениях потребительской ренты будет свидетельствовать о правильности подхода к формированию активов предприятия. Предложенный подход проиллюстрируем на примере предприятия ООО «Х», занимающегося ремонтом оборудования для нефтедобывающих компаний.

Рассмотрим таблицу 1. Определим позицию сравниваемого предприятия (в таблице ООО «Х») с конкурентами.

Таблица 1 – Расчет потребительской ренты

Характеристика□ООО"Х"□Конкуренты
□□ООО "Версион"□ООО "ОТС"□ООО "Агропром"□ООО "Нефтеимпульс"
Уровень качества, балл□8,55□7,55□7,60□6,30□6,00
Цена, руб.□2747□2830□3350□3125□3610
Цена/качество, руб. /балл□321,29□374,83□440,79□496,03□601,67
Лучший продукт□+□-□-□-□-
Лучшая покупка□+□-□-□-□-
Расчет по варианту 1
Справедливая цена, руб.□2747,00□2425,71□2441,78□2024,11□1927,72
Потребительская рента, руб.□0,00□404,29□908,22□1100,89□1682,28
Расчет по варианту 2
Справедливая це