

ІННОВАЦІЙНА МОДЕЛЬ ГНУЧКОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ІНТЕНСИВНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

А.І. Пляскіна

*Херсонський національний технічний університет,
Бориславське шосе, 24, м. Херсон, 73008, Україна*

У статті пропонується стратегія розвитку підприємства молочної промисловості в сучасних умовах, що базується на поєднанні елементів стратегії інтенсивного зростання. Пропонована стратегія дозволяє обґрунтовувати економічні рішення щодо коригування ділової активності підприємства та перспективного розвитку, оцінювати рівень конкурентоспроможності підприємства та його стратегічні бізнес-одиниці.

ВСТУП

Ринок продукції молочної промисловості належить до традиційних ринків, тому стратегія повинна розроблятися відповідно до можливостей підприємства, виробничої політики, цінової політики.

Єдиної стратегії для всіх існуючих підприємств не існує. У той же час є певні основні норми й узагальнені моделі вироблення стратегії підприємства. В основі стратегічного управління молочного підприємства лежить стратегія розвитку виробництва молочних продуктів, розроблена на тривалу перспективу, яка дозволяє йому за більш короткий проміжок часу адаптуватися до реалій ринку, своєчасно реагувати на зміни як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Саме тому впровадження стратегічного управління підприємницькою діяльністю є однією з основних задач і умов забезпечення ефективності харчового виробництва в умовах сучасної економіки.

Система пошуку стратегічних рішень на рівні ціноутворення продукції підприємства повинна найбільш повно враховувати зовнішню й внутрішню інформацію про надані можливості й ресурси. У стратегії гнучкого ціноутворення продукції знаходять своє відбиття загальні економічні умови, ситуація на ринку, продуктовий сегмент, певні стратегічні рішення, внутрішні фінансові, технологічні й організаційні обмеження.

Значний внесок у вивчення та поглиблення питань, пов'язаних з впровадженням оптимальних стратегій розвитку підприємства, внесли вітчизняні та зарубіжні науковці, а саме: І. Ансофф [1], М. Байє [2], І. Бланк [3], О. Градова [4], М. Круглов [5], О. Орлов [6], В. Тарасевич [7], Дж. Хайман [8] та інші.

Проте слід зазначити, що вітчизняна економіка відчуває дефіцит вагомих досліджень у сфері теоретико-методологічних положень щодо впровадження механізму гнучкого ціноутворення в умовах харчової галузі, де дане завдання базується на формуванні сучасної системи відносин між головними суб'єктами ринкової економіки, виробника і споживача.

ПОСТАВЛЕННЯ ЗАВДАННЯ

Сучасне підприємство повинно найчастіше прогнозувати тенденції свого стану, оцінювати перспективи адаптації до мінливих умов бізнес-середовища. А для цього вони потребують у використанні сучасних методик інноваційної моделі гнучкого ціноутворення, які б базувалися на нових методичних підходах. Передбачити середньо- та довгострокові

наслідки окремих рішень, зокрема механізм ціноутворення, можливо лише на підґрунті концептуальних моделей розвитку економіки.

РЕЗУЛЬТАТИ

При здійсненні поставлення задачі моделювання економічних об'єктів і процесів використовується чітке формулювання цілей і задач дослідження реальної системи, обґрунтовується необхідність імітаційного моделювання, обирається методика розв'язування задачі з урахуванням наявних ресурсів, визначається необхідність і можливість декомпозиції задачі.

Ринкова економіка характеризується невизначеністю, оскільки вона припускає значну кількість суб'єктів господарювання, мотиви яких важко передбачити. Тому механізм ціноутворення повинен мати гнучкий характер. Структура стратегії ціноутворення наведена на рис. 1.

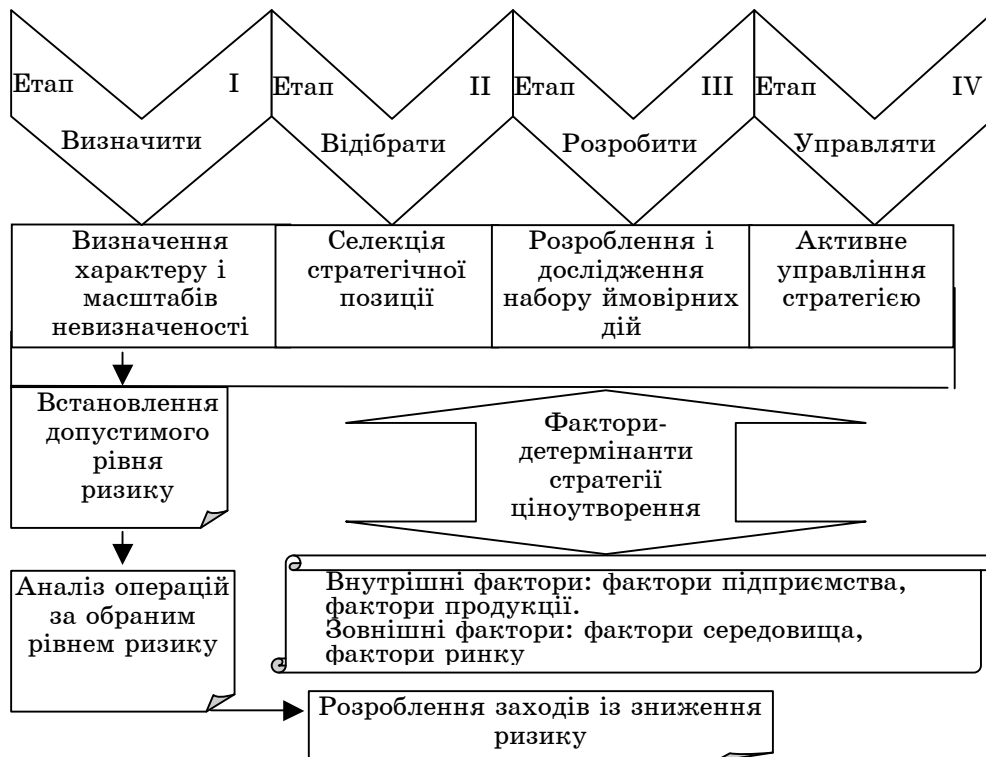


Рисунок 1 – Структура стратегії ціноутворення у галузі молочної продукції в умовах невизначеності

Завдяки правильному механізму ціноутворення підприємство забезпечує собі стабільне положення на ринку, активізує споживчий попит, досягає заданої величини прибутку на одиницю вкладеного капіталу, а також дотримується державних правових актів щодо ціноутворення на молочну продукцію.

Успішне розв'язання задач моделювання та управління функціонуванням таких складних систем, як економічні об'єкти і процеси, потребує комплексного використання цілісної системи моделей і методів як теоретико-аналітичної, так і емпіричної природи.

Формування економіко-математичних моделей є досить тривалим процесом, що потребує знань, праці та часу, але ще важче створити модель, досить тотожну щодо реальності. Отже, для опрацювання

правильних економічних управлінських рішень необхідно аналізувати весь комплекс ендогенних та екзогенних факторів, які отримані на підґрунті застосування концептуальних і економіко-математичних підходів, що є найбільш адекватними для даної економічної ситуації.

Для деталізації об'єкта і предмета дослідження, визначення рівня ефективності економічних процесів, розкриття змісту і сутності механізму ціноутворення на кінцеву продукцію підприємства, побудови моделі оптимального ціноутворення, аналізу статистичних даних, поведінки витрат і фінансових результатів при різних рівнях ділової активності підприємства, отримання експертних оцінок щодо окремих видів важкодоступної інформації, дослідження явищ і процесів, які пов'язані з прийняттям рішень у конфліктних ситуаціях і в умовах невизначеності, розроблення практичних рекомендацій щодо обґрунтування та впровадження системи внутрішніх цін на підприємствах молочної промисловості та формування умов впровадження стратегії інтегрального розвитку, необхідно застосувати арсенал економіко-математичних методів і моделей (рис. 2).

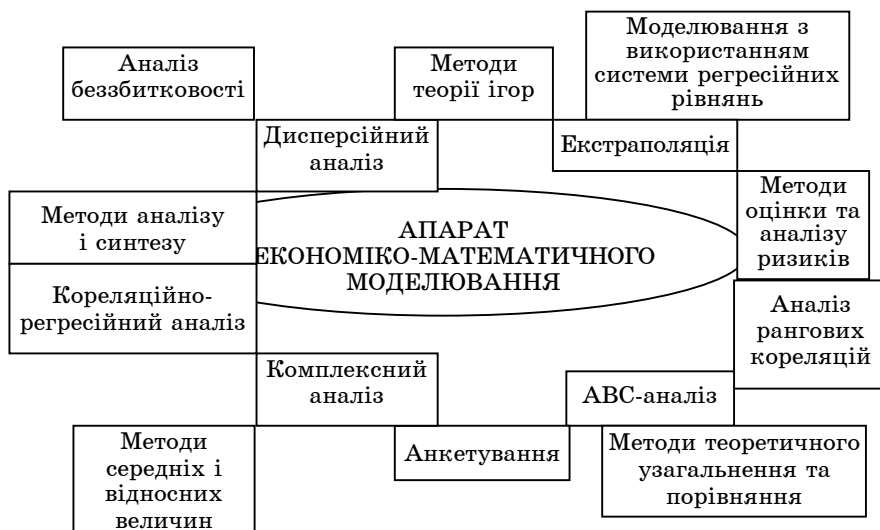


Рисунок 2 – Економіко-математичні методи і моделі для пошуку інноваційної ідеї щодо гнучкого ціноутворення

Ці методи, які показані на рис. 2, дозволяють найбільш повно, адекватно і коректно описувати й аналізувати багатофункціональну підсистему ціноутворення, а також скласти алгоритм побудови економіко-математичної моделі «виробництво – гнучка ціна - маржинальний дохід».

Поняття «алгоритм» має різні тлумачення, наприклад:

- алгоритм – точний припис, що визначає обчислювальний процес, який веде від варійованих вихідних даних до шуканого результату [9, с. 3];
- алгоритм – система операцій, що застосовуються за визначеними правилами, яка після послідовного їх виконання приводить до розв'язування поставленої задачі [10, с. 19];
- алгоритм – це скінчений набір операцій, виконання яких одна за однією через скінчене число кроків приводить до поставленої мети [11, с. 14];
- алгоритм – система правил виконання обчислювального процесу, що приводить до розв'язання певного класу задач після скінченного числа операцій [12, с. 13];

– алгоритм – сукупність арифметичних та логічних процедур, які забезпечують розв’язання задач [13, с. 27].

В умовах ринкових відносин кожен товаровиробник як суб’єкт господарювання ринку повинен проводити фінансову діагностику у межах бізнес-діагностики, аналізувати фінансовий стан, оцінювати рівень своєї фінансової привабливості, що дає змогу керівництву підприємства підвищувати науковий рівень та обґрунтованість прийняття управлінських рішень, зовнішнім користувачам (інвесторам, акціонерам, аналітикам, кредиторам, партнерам, уряду тощо) отримувати необхідну інформацію для прийняття вигідніших економічних рішень.

Тому синтез економіко-математичних методів і моделей дозволив побудувати інноваційну модель управління гнучким ціноутворенням на підприємстві, основу якої є послідовність етапів процесу і моментів прийняття рішень.

Алгоритм побудови моделі, який наведено на рис. 3, можна виокремити у три етапи:

– перший етап – початковий, де аналізується ринкова ситуація галузі; збирається і систематизується ця інформація; відбувається пошук інноваційної ідеї щодо ціноутворення, яка б мала рівноважний характер щодо виробника та споживача;

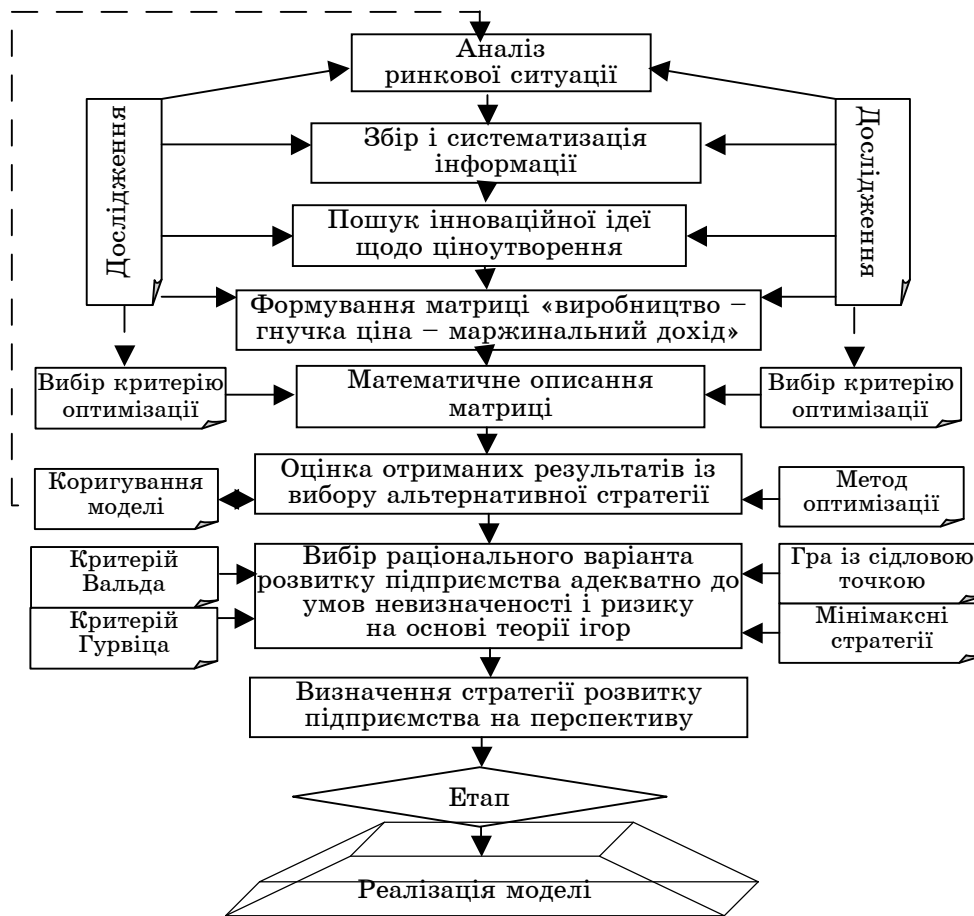


Рисунок 3 – Алгоритм побудови економіко-математичної моделі «виробництво – гнучка ціна – маржинальний дохід»

– другий етап – знаходження матриці, яка має назву «виробництво – гнучка ціна – маржинальний дохід»; математично описується матриця; проводиться оцінка отриманих результатів; якщо отримані результати не відповідають методу оптимізації, то необхідно знову коригувати модель, починаючи з аналізу ринкової ситуації; вибір раціонального варіанта розвитку підприємства адекватно до умов невизначеності і ризику на основі теорії ігор за допомогою гри із сідловою точкою, мінімакських стратегій, критеріїв Вальда і Гурвіца;

– третій етап - визначення стратегії розвитку підприємства на перспективу; апробація моделі; реалізація моделі.

ВИСНОВКИ

З урахуванням нових теоретико-методологічних підходів і динамічних потреб економічної практики важливою є розбудова та застосування адекватних до реалій економіко-математичних методів і моделей у процесі управління управлінських рішень. Таким чином, запропонована методика інноваційної моделі ціноутворення покращує показники інвестиційного бізнес-плану, що дає можливість прийняти остаточне рішення щодо ефективності інвестиційного проекту та мінімізувати ризики підприємства при здійсненні операцій з довгострокового інвестування.

За допомогою створення раціональної і ринкової моделі гнучкого ціноутворення на молочну продукцію можна збільшувати обсяг продажів і частку ринку за рахунок більшої привабливості для споживачів, поліпшувати фінансові показники, формувати імідж товару, його просування, впливати на конкурентів, коректно планувати виробництво й відповідно потреби в сировині, правильно планувати рух грошей. Таке ціноутворення може визначати вплив цінних коливань на розмір ринку або ринкових сегментів, на вибір асортиментної політики підприємства.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Ансофф И. Стратегическое управление / Под ред. Л.И. Евенко. Пер. с англ. – М.: Экономика, 1989. – 519с.
2. Байе М.Р. Управленческая экономика и стратегия бизнеса / Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 743с.
3. Бланк И.А. Управление прибылью. – К.: Ника-Центр, 1998. – 544с.
4. Экономическая стратегия фирмы: Учебное пособие / Под ред. А.П. Градова. – СПб.: Питер, 1999. – 589с.
5. Круглов М.И. Стратегическое управление компанией: Учебник для вузов. – М.: Русская деловая литература, 1998. – 768с.
6. Орлов О.О. Планирование діяльності промислового підприємства: Підручник. – К.: Скарби, 2002. – 336с.
7. Тарасевич В.М. Ценовая политика предприятия. – СПб.: Питер, 2001. – 272с.
8. Хайман Д.Н. Современная микроэкономика: анализ и применение. В 2 томах / Пер. с англ. – Финансы и статистика, 1992. – 768с.
9. Марков А.А. Теория алгоритмов / Труды Математического института им. В.А. Стеклова. – М. – Л.: Издательство Академии наук СССР, 1954. – Т.42. – 375с.
10. Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. А. М. Прохоров. – 4-е издание. – М.: Сов. энциклопедия, 1989. – 1632с.
11. Жалдак М. І., Рамський Ю. С. Інформатика: Навч. посібник. – К.: Вища школа, 1991. – 319с.
12. Великий тлумачний словник сучасної української мови /Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел.– К. – Ірпінь: ВТФ "Перун", 2001. – 1440с.
13. Генеза ринкової економіки: Терміни, поняття, персоналії / Укладачі: В.С. Іфтемічук, В.А. Григорьев та ін.; За наук. ред. Г.І. Башнянина і В.С. Іфтемічука. – К.: Магнолія плюс, 2004. – 688с.

А.І. Пляскіна, аспірант, ХНТУ, м. Херсон

Надійшла до редакції 2 серпня 2007 р.