от 30 тыс. руб. до 120 тыс. руб., в ОДО «ЭГО-АРТ» - от 45 тыс. руб. до 250 тыс. руб. Цены выше в 1,5 раза, хотя в калькуляции заложена рентабельность – 10%. Очевидно, что если бы спрос на услугу определялся бы только ценой, фирма была бы вынуждена снижать цены, но покупатели готовы платить за дополнительные выгоды, которые создаются за счет постоянно обновляемого ассортимента, наличия обменного фонда (изделие можно приобрести сразу) и такой услуги, как добавление золота до 0,5 грамма по цене стоимости золотых слитков в банке). Ориентация на спрос, выявление покупательских предпочтений, предложение дополнительных услуг позволяет фирме активно использовать методику ценообразования «по ощущаемой ценности».

УДК 005.21

Студ. Назимова И. А.,
доц. Дём О. Д.

МОДЕЛЬ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ДП РУП «ЭВИЛАМ» НА ОСНОВЕ ЭКСПЕРТНЫХ ОЦЕНОК

Для успешного функционирования каждая организация должна разработать собственную стратегию. Одним из основных этапов разработки стратегической программы является формирование стратегических альтернатив развития предприятия и выбор наиболее эффективной стратегии. Для этого, разработана методика выбора стратегических альтернатив, основанная на экспертных оценках важности основных факторов, оказывающих наибольшее влияние на эффективность стратегии. В разработке модели участвовала группа из 26 экспертов, в которую входили научные работники, руководители предприятий, специалисты финансово-экономических служб, менеджеры государственного управления. В результате выведена следующая формула: Ci=0,253*Ai+0,194*Bi+0,206*Ki+0,347*Ii, где Ci – стратегические альтернативы; Ai – факторы внешней среды; Bi – факторы внутренней среды; Ki - факторы конкурентоспособности предприятия; Ii - факторы риска инвестиций [1, с.33]. Используя эту модель на ДП РУП «Эвилам», возможно провести опрос специалистов организации по 10-балльной шкале. В результате подсчета баллов с помощью формулы можно количественно определить величину каждого фактора и обосновать оптимальную стратегию по наибольшему рассчитанному значению.

Список использованных источников

1. Бурцева, Т. А. Методологические основы выбора стратегий развития предприятия на основе экспертных оценок / Т. А. Бурцева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. - № 4. – С. 32-43.