

предприятия, потребителей сельскохозяйственной продукции и повышении эффективности направляемых в сельское хозяйство ресурсов. Собственник преобразуемого предприятия заинтересован в повышении стоимости и отдачи от его капитала, а менеджмент - в повышении заработной платы, уровня квалификации.

Этап 3. Разработка и согласование бизнес-плана с заинтересованными сторонами.

На этапе разработки бизнес-плана развития преобразуемого предприятия идет изучение основных процессов базового предприятия, их количественных и качественных характеристик. Изучаются и описываются технологии. Разрабатывается бизнес-план преобразованного предприятия. При этом процессы на нем должны быть организованы так же, как на базовом предприятии, и обеспечены всеми ресурсами в полном объеме.

Этап 4. Реализация бизнес-плана.

На этом этапе должен быть организован жесткий контроль над исполнением намеченных мероприятий. Это позволит своевременно выявлять ошибки в планировании, а также корректировать программу мероприятий.

Этап 5. Оценка проведенных мероприятий.

После реализации бизнес-плана должен быть проведен сравнительный анализ полученных и запланированных результатов и распределена прибыль, полученная за счет этих мероприятий.

Устименко О В., ГФ УО ФПБ «МИТСО» (Гомель)

ОПТИМИЗАЦИЯ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях рыночной экономики руководители предприятий все более осознают необходимость ориентации производственной деятельности на потребителя, в связи с чем возникает проблема согласования интересов потребителей и предприятий-производителей продукции через механизмы оптимизации.

Под оптимизацией товарной политики предприятия понимается такой вариант выпуска продукции (номенклатура, объемы производства, уровень цен), который обеспечивает достижение сформулированной предприятием цели или максимально приближает предприятие к достижению этой цели.

В разработанных оптимизационных моделях используются различные целевые функции.

1. Оптимизация на основе ранжированного ряда товаров.
2. Достижение приоритетной цели предприятия путем структурного сдвига в ассортименте в сторону наиболее прибыльных товаров.
3. В отношении товара T_i цель предприятия - обеспечить $d\%$ рыночной доли (увеличение доли рынка предприятия).
4. Для достижения приоритетной цели предприятие выбирает путь работы с целевым сегментом. В результате моделирования товара определяются: новый уровень производственных затрат; новая наиболее вероятная цена продаж, соответствующая улучшенным характеристикам потребительских свойств.