

ВПЛИВ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ОБЛІКУ НА ОПТИМІЗАЦІЮ ПОПИТУ

Студ. Кісіль О.В.

Наук. керівник доц. Радіонова Н.Й.

Київський національний університет технологій та дизайну

Незважаючи на зростання значущості нецінових факторів конкуренції, це – нова політика, що продовжує впливати на процеси просування товарів на ринок. Особливо це стосується країн, де доходи населення невисокі і чутливість попиту до ціни продовжує залишатися високою. Глобальною метою більшості комерційних підприємств є отримання прибутку, але в якості проміжних цілей можуть виступати: захист своїх інтересів; придушення конкурентів; завоювання нових ринків; вихід на ринок з новим товаром; швидке відшкодування витрат; стабілізація доходів. На підставі поточних цілей свого розвитку підприємство формує цінову політику. Її основними цілями можуть бути: забезпечення подальшого існування фірми; короткострокова максимізація прибутку; короткострокова максимізація обороту; максимальне збільшення збуту; лідерство в якості і ін.

Велика частина рекомендацій, щодо оптимізації попиту, представлених у науковій літературі, носить якісний характер. Ці рекомендації, як правило, містять тільки загальні положення, щодо вироблення цінової політики і формування цінової стратегії і не дають інструментів щодо виконання розрахунку ціни, оптимальної з точки зору обраної цінової політики. На поточний момент найбільш розробленими є механізми оптимізації попиту при реалізації політики короткострокової максимізації прибутку через вплив стратегічного управлінського обліку.

Стратегічний облік є невід'ємною частиною стратегічного аналізу, створює умови для застосування стратегічного контролю. Контрольна функція відноситься до основних у будь-якому типі управління. В стратегічному управлінні він має вид стратегічного контролю. Стратегічне управління дає змогу знизити вплив невизначеності на діяльність підприємства, підвищити його здатність протистояти непередбаченим ситуаціям, визначати пріоритетні напрями діяльності. В зв'язку з цим особливої актуальності набувають питання, пов'язані з обліково-аналітичним забезпеченням процесу стратегічного управління діяльністю підприємства, зростає значення аналізу й обґрунтування стратегії розвитку підприємства.

Реалізація концепції стратегічного управлінського обліку на підприємстві впливає на всі аспекти його діяльності; однак оскільки інформація — це предмет управлінської праці, а більшість важелів впливу суб'єкта управління на об'єкт мають інформаційний характер, перебудувати інформаційно-аналітичне забезпечення стратегічного управління згідно з обраними стратегіями треба дуже ретельно. Виходячи із вищезазначеного, кожне підприємство повинно:

1. Визначити тип та обсяги необхідної для стратегічної діяльності інформації;
2. Розробити ефективну систему збирання, обробки, використання та зберігання інформації;
3. Вжити заходів для запобігання негативного ефекту використання недостовірної інформації;
4. Створити умови для ефективного використання необхідної інформації для прийняття стратегічних управлінських рішень.

Отже, метою оптимізації маркетингових рішень, спрямованих на максимізацію прибутку від реалізації товару на всіх стадіях його життєвого циклу, базою для визначення ціни повинні бути данні стратегічного управлінського обліку та повинні прямо ув'язуватися з ціною еластичністю попиту.