

УДК 338.124.4

И.В. Евграфова

АЛГОРИТМ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА РОССИЙСКИХ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ ИЗ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

Рассмотрены основные этапы формирования собственной стратегии промышленной компании в условиях кризиса.

Ключевые слова: подход, конкуренция, финансовой, стратегии.

О сновополагающие принципы формирования финансовой стратегии должны быть выражены следующим образом:

- конкурентное преимущество - глобальная цель финансовой стратегии предприятия;
- анализ отрасли, конкуренции и рынка - непременное условие достижения лидерства в конкурентной борьбе;
- эффективный выбор, включающий формирование ресурсных альтернатив и обоснованную их оценку; комбинация ресурсов лучше, оригинальнее, быстрее конкурентов; распределение ресурсов между выпускаемыми товарами
- метод отображения уровня конкурентного преимущества предприятия;
- трансакционные эффективные издержки и оптимальная организация в долгосрочном плане - гарантия стратегического успеха предприятия;
- рационализация стратегически определенной ценовой политики - одна из основных локальных целей финансовой стратегии;
- наличие системы потоков информации и корректирующих воздействий на принципах обратной связи;
- подход к выбору долговременных целей и средств их достижения с

предварительным определением финансовых возможностей предприятия;

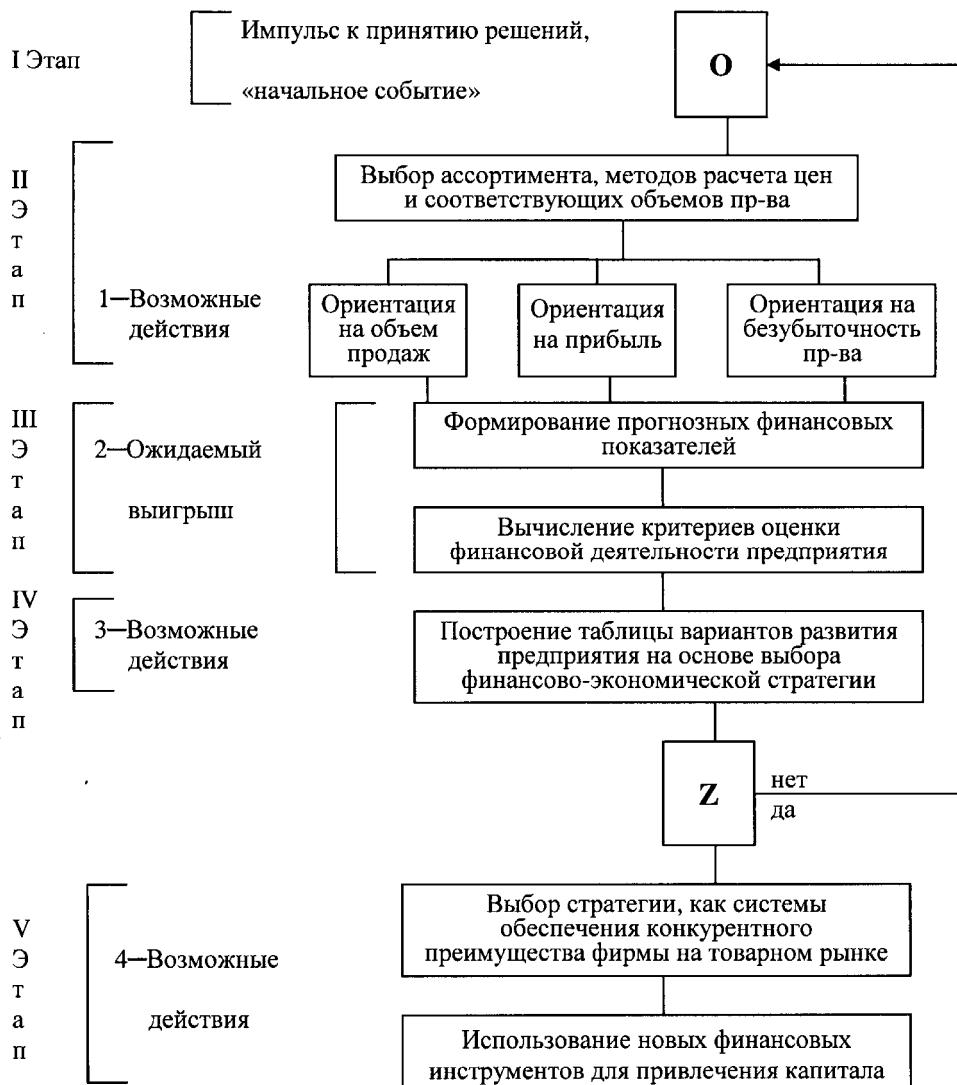
- специализация относительно составляющих в сочетании с универсальностью. Суть этого состоит в том, что к каждой из составляющих существует индивидуальный подход, соответствующий направленности и особенностям конкретной стратегии;

- простота в понимании, то есть финансовая стратегия должна быть проста по своему построению для восприятия всеми работниками предприятия, тогда все их действия будут направлены на достижение общих целей;

- защищенность, то есть наличие финансовых резервов, четкая скоординированность составляющих финансовую стратегию с точки зрения реализации стратегических целей предприятия;

- ясное представление о долговременных последствиях стратегических решений - основа успеха финансовой стратегии;

- постоянство финансовой стратегии, так как в случае резкого изменения в реализации этой стратегии другие составляющие финансовой стратегии не смогут также быстро перестроиться в своей реализации, что приведет к "дисбалансу" в финансовоом состоянии предприятия;



Алгоритм формирования финансово-экономической стратегии компании в условиях глобального экономического кризиса

- гибкость, подразумевающая возможность постоянного внесения корректировок в ранее принятые стратегические решения.

Обосновав содержание финансово-экономической стратегии, можно перейти к обобщению и систематизации правил и приемов финансово-

экономической стратегии, в условиях глобального финансового кризиса. К настоящему моменту в теории и практике накоплено сравнительно большое число методических приемов, которые нашли применение на практике.

Ниже изложены алгоритмы по применению наработанных методик

для формирования финансово-экономической стратегии предприятия, представленного на рисунке.

На первом этапе импульсом к принятию решений "начальное событие" является необходимость в выработке новой стратегии предприятия в случае, когда возникают новые цели или выясняется невозможность достижения поставленных целей с помощью прежней (действующей) стратегии.

Второй этап этого алгоритма связан с разработкой ценовой политики. Она оказывает долговременное воздействие на всю деятельность фирмы, напрямую определяет уровень коммерческих результатов и потому заслуживает отдельного рассмотрения.

Для определения уровня цен и вариантов их изменения в краткосрочном плане и в перспективе используется, как правило, многоэтапный подход к их установлению. В реализации этого подхода рассматриваются три взаимообусловленных этапа: определение рыночной ниши, анализ и оценка ценовой политики, разработка ценовой стратегии и установка конкретных цен. Первые два этапа позволяют определить общую ценовую политику, а последний обеспечивает реализацию конкретных решений. Как правило, при формировании ценовой политики фирма принимает одно из следующих решений: либо ориентация на сбыт, либо ориентация на прибыль, либо ориентация на безубыточность производства.

В случае ориентации на сбыт фирма заинтересована в максимизации и обеспечении быстрого поступления наличных средств, в случае

ориентации на прибыль - максимизации дохода от инвестиций, а в случае ориентации на безубыточность производства - заинтересована в условиях конкуренции и изменении спроса на рынке для получения оптимального дохода.

Поэтому при разработке ценовой политики прогнозная деятельность начинается с четкого определения целей. Для этого общепризнанно решение следующих типичных задач ценовой политики:

- защита позиций (ценовые методы конкурентной борьбы);
- быстрое возмещение затрат "доступные цены");
- удовлетворительное возмещение затрат ("целевые цены");
- стимулирование комплексных продаж ("убыточный лидер");
- ценовая дискриминация;
- следование за лидером;
- выход на новый рынок;
- последовательный проход по сегментам рынка;
- введение нового товара ("политика снятия сливок").

Для выбора целей ценообразования необходимо проанализировать следующие пять внешних и внутренних факторов, влияющих на решения по ценам: потребители, издержки производства, рынки производственных ресурсов, конкуренты, влияние государства на доходы предпринимателя. Эти факторы дают достоверную информацию для решения задач, обеспечивающих выход металлургических компаний из глобального финансово-экономического кризиса.

ГИАБ

Коротко об авторах

Евграфова И.В. – кандидат экономических наук, докторант кафедры экономики, Орловский государственный технический университет, admin@ostu.ru