

15. ГАРМОНІЯ У ФОРМУВАННІ АСОРТИМЕНТНОГО ПОРТФЕЛЮ ПІДПРИЄМСТВА

А.С. Сахненко

Національний університет харчових технологій

Гармонія, як об'єктивна реальність, існує і повинна проявляти себе в різних системах, включаючи і економіку, тому гармонізацію було визначено як певний процес прагнення даної складної системи до гармонійних пропорцій частин цілого і самого цілого. В більшості своїй методи гармонізації зводилися до необгрунтованого механічного перенесення гармонійної пропорції в досліджувані економічні системи, а потім пояснювався їх позитивний вплив. Однак згідно із вченням А.І. Івануса цей процес повинен бути заснований на вивченні не наслідків, а причини тобто завдання гармонізації повинні вирішуватися на основі розумової діяльності, а саме механізмів генерації нових знань [1].

Слово гармонізація походить від слова гармонія, що як загальнодоступне поняття означає зв'язок, порядок, лад, злагодженість, співмірність, стрункість, узгодженість, протилежність хаосу.

Гармонійна константа – це число, широко відоме як межа відносини $\Phi = \lim (A_n / A_{n+1}) = 0,618 \dots$ при $n \rightarrow \infty$ в послідовності Фібоначчі $A_{n+2} = A_{n+1} + A_n$ [2].

Найбільш простою, універсальною і перевіреною часом можна вважати міру, відображену за допомогою гармонійної пропорції Фібоначчі 0,62 : 0,38, сенс якої, як відомо, укладений в наступному: ціле (одиниця) є сумою двох нерівних частин (0,62 і 0,38), і це співвідношення вважається гармонійним.

Золотий перетин визначає не тільки гармонійність ринкового оточення фірми, його прояви виявляються також і у внутрішніх структурах фірми. Під внутрішніми структурами фірми маються на увазі: штатна структура, структура заробітної плати, структура фінансово економічних показників, структура асортиментного портфелю.

Такий підхід мало вивчений і практично не представлений в дослідженнях формування асортиментних портфелів підприємств. Відомі близькі до цієї теми роботи відрізняє, перш за все, велика частка системних параметрів, що мають вербальний «некількісний» характер, що само по собі є фактором, що обмежують їх модельне використання.

Процес гармонізації можна застосувати не тільки для ринкових структур великих масштабів, але також і для малих, внутрішньо-фірмових, таких як оптимізації асортиментного портфелю підприємства, як процесу прагнення частин цілого і самого цілого до гармонійних пропорцій. Альтернативне вирішення цієї проблеми пропонується у

вигляді деякого компромісу між факторами наявності малої кількості знань з одного боку, а з іншого – складністю апарату, що використовується в формуванні асортиментного портфелю підприємства.

Пропонується розглядати збалансований асортиментний портфель з такої позиції: якщо прийняти, що асортиментний портфель це портфель, в якому між його асортиментними групами міститься максимальна кількість пропорцій, рівних «золотого перетину», то це дає підставу розглядати асортиментний портфель, як оптимальний з точки зору мінімуму витрат та максимальної вигоди.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Иванус А.И. Когнитивный подход к гармоничному управлению экономической безопасностью бизнеса: монография / А.И. Иванус ; Под ред. Э.М. Сороко, И.А. Белоусовой, Т.И. Егоровой-Гудковой. – Одесса: Институт креативных технологий, 2011. – С. 156-174.

2. Иванус А.И. Торг уместен, но по правилу золотого сечения / А.И. Иванус, А.С. Харитонов // Практический маркетинг. – 2002. – №9. – С. 2-6.