**Яценко Роман Миколайович. Моделювання цінової політики підприємства в умовах нестаціонарного середовища : Дис... канд. наук: 08.00.11 – 2007**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Яценко Р.М. Моделювання цінової політики підприємства в умовах нестаціонарного середовища. – Рукопис.**  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.11 – математичні методи, моделі і інформаційні технології в економіці. – Харківський національний економічний університет, Харків, 2007.  У дисертації розглядається актуальна проблема розробки комплексу економіко-математичних моделей формування цінової політики підприємства.  Проведений аналіз концепцій і підходів формування цінової політики підприємства дозволив зробити висновок про існування певних недоліків. З метою їх усунення в рамках дисертаційного дослідження розроблено комплекс моделей формування цінової політики підприємства, що побудований на основі аналізу і прогнозування впливу факторів нестаціонарного середовища, який дозволяє на відміну від існуючих моделей визначати адаптивні стратегію і тактику ціноутворення.  Запропоновано комплекс моделей прогнозування факторів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, який дозволяє передбачити можливі зміни в ціновій політиці підприємства. Розроблена сценарна модель реалізації цінової політики, яка дозволяє дослідити стійкість цінової політики. Запропонована адаптивна система управління ціновою політикою підприємства. | |
| |  | | --- | | У результаті проведеного дослідження вирішена важлива науково-практична проблема формування цінової політики підприємства і модельного забезпечення цього процесу. Основні отримані результати полягають в наступному:  1. У процесі трансформації економіки України відбулася зміна прав власності. Підприємству доцільно формувати нову політику розвитку, що включає ряд складових. Основне місце серед цих складових займає цінова політика, під якою розуміється комплекс стратегічних і тактичних заходів, спрямованих на ефективне вирішення цілей підприємства і задоволення споживачів шляхом використання методів ціноутворення в умовах нестаціонарного середовища.  2. Цінова політика підприємства містить у собі стратегію і тактику ціноутворення. Основою кожної стратегії є базова або вихідна ціна, що встановлюється шляхом застосування методів ціноутворення, аналіз яких дозволив виділити переваги та недоліки кожного з методів та можливості використання для підприємств лісового господарства.  3. Формування цінової політики підприємства в умовах нестаціонарного зовнішнього середовища становить багатокроковий складний процес, для підвищення ефективності функціонування якого був розроблений комплекс моделей формування цінової політики. Запропонований комплекс сприяє розробці адаптивної цінової політики підприємства, що включає стратегію і тактику ціноутворення.  4. Одним із основних етапів при формуванні цінової політики підприємства є вибір цінової стратегії. Розроблені моделі вибору цінової стратегії, інструментарієм побудови яких є методи експертного аналізу і теорії множин.  5. Для оцінки факторів, що мають вплив на вибір гнучкої цінової стратегії, розроблено моделі прогнозування, які засновані на використанні методів кореляційно-регресійного і експертного аналізів.  Для прогнозування положення підприємства на ринку розроблено трендові і дискримінантні моделі, що дають можливість оцінити вплив факторів зовнішнього середовища на маркетингову і фінансову сфери діяльності підприємства.  6. Критерієм стійкості формування цінової політики є можливість її реалізації в довгостроковому періоді. У зв'язку з цим розроблені сценарні моделі реалізації цінової політики, засновані на аналізі множини можливих стратегій і можливої зміни факторів, які дозволяють досліджувати стійкість сформованої цінової політики до зміни зовнішнього і внутрішнього середовища.  7. Нестаціонарне середовище схильне до великої динамічності, тому підприємству при розробці цінової політики необхідно реалізовувати заходи, спрямовані на підвищення її адаптивності. З цією метою у дослідженні була розроблена система управління ціновою політикою підприємства, що базується на основних принципах адаптивного управління. | |