**Безкоровайна Світлана Володимирівна. Управління ціновою політикою підприємства: дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Національний ун-т харчових технологій. - К., 2005**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Безкоровайна С. В. Управління ціновою політикою підприємства. – Рукопис.**  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – Економіка, організація і управління підприємствами. – Національний університет харчових технологій. Міністерство освіти та науки України, Київ, 2005.  Дисертація присвячена розробці теоретичних та методологічних питань вдосконалення маркетингового управління ціновою політикою підприємства. В роботі уточнені визначення ключових категорій управління ціновою політикою і систематизовані фактори, які впливають на прийняття цінових рішень. Розроблено загальну модель управління ціновою політикою підприємства. Запропоновані нові підходи до вибору цінових стратегій, а також до обґрунтування базисної ціни товару з урахуванням споживчого попиту, конкуренції на ринку та можливостей підприємства. Удосконалено систему контролю та коригування цін в процесі управління ціновою політикою. Представлені методики адаптації ціни до поточних умов ринкової ситуації засобами цінової тактики.  Основні положення дисертації використовуються в процесі управління ціновою політикою вітчизняних підприємств фармацевтичної галузі та у навчальному процесі на інженерно-економічному факультеті КНУТД. | |
| |  | | --- | | 1. Перехід України до ринкових відносин в економіці зумовлює докорінні зміни у загальній концепції ціноутворення на державному рівні і зокрема необхідність проведення підприємствами власної цінової політики. Проте теорія і методологія управління ціновою політикою підприємства в умовах ринку знаходяться ще у стадії становлення.  2. В результаті проведення теоретичних досліджень в роботі уточнені поняття «цінова політика», «управління ціновою політикою», «цінова стратегія», «цінова тактика», «ціновий ризик». Систематизовано сукупність ознак, що притаманні управлінню ціновою політикою в умовах ринкової економіки на відміну від планової.  3. З метою підвищення якості інформаційно-аналітичного забезпечення прийняття цінових рішень удосконалено класифікацію факторів ціноутворення з виділенням двох основних груп: фактори попиту та фактори пропозиції. Досліджено сучасне методичне забезпечення стадій аналізу, планування, контролю й коригування цінової політики підприємства та обґрунтовані напрями його вдосконалення.  4. Проведено дослідження основних факторів ціноутворення на фармацевтичному ринку України. Встановлено, що попит має високу цінову еластичність, витрати практично повністю визначають ціни, конкуренція між виробниками лікарських засобів дедалі загострюється, кількість посередників в галузі є надмірною, а державне регулювання ціноутворення на фармацевтичному ринку стає все більш жорстким і веде до зростання цін.  5. Аналіз управління ціновою політикою на торгово-посередницьких підприємствах фармацевтичної галузі показав, що функції управління здійснюються не в повному обсязі, пріоритети цінової політики з часом змінюються, і для вирішення багатьох актуальних проблем управління необхідні нові методичні підходи.  6. В результаті вивчення і узагальнення факторів, що впливають на вибір цінової стратегії, запропоновано методику визначення стратегій для унікальних нових товарів, модифікованих товарів та товарів-аналогів з використанням апарату нечіткої логіки та дерев рішень.  7. Запропоновано загальну модель процесу управління ціновою політикою підприємства в умовах ринку. Ця модель представляє управління як циклічний процес, в якому передбачені три цикли: аналітичний, плановий та контрольний. Розроблено методичний підхід до вибору оптимального варіанту цінової політики як сукупності цінової стратегії, методу ціноутворення та заходів цінової тактики в умовах нестійкого зовнішнього середовища.  8. На підставі аналізу реальних проблемних ситуацій на фармацевтичному ринку України запропоновані нові підходи до обґрунтування базисної ціни товару: з орієнтацією на попит в умовах ризику; з орієнтацією на конкуренцію для участі в тендері; з урахуванням ринкових та виробничих обмежень в задачі одночасної оптимізації цін та обсягів реалізації лікарських засобів.  11. Проведено апробацію запропонованих прикладних методик та моделей на фармацевтичних торгово-посередницьких підприємствах ТОВ «Рейнбо ЛТД», «Стиролоптфармторг», «Сенса Медіка», «Альба Україна» та інших. Результати апробації свідчать про універсальність розробок та ефективність їх практичного застосування. | |