**Петрачкова Олена Леонідівна. Моделювання процесів рефлексивного управління механізмами формування попиту на продукцію підприємств : Дис... канд. наук: 08.00.11 – 2007**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Петрачкова О.Л. Моделювання процесів рефлексивного управління механізмами формування попиту на продукцію підприємств. – Рукопис.**  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.11 – «математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці». Донецький національний університет Міністерства освіти і науки України, Донецьк, 2007 р.  В дисертації здійснено постановку та вирішення нового актуального наукового завдання моделювання процесів рефлексивного управління механізмами формування попиту на продукцію промислових підприємств, вирішення якого дозволяє перейти до якісно нового рівня взаємодії виробників та споживачів.  Запропоновано концепцію моделювання процесів рефлексивного управління механізмами формування попиту на продукцію підприємств, що дозволяє використовувати маловитратні методи підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства. Розроблено комплекс моделей та методів, які реалізують рефлексивне управління механізмами формування споживчого попиту на продукцію промислових підприємств: рефлексивна модель споживчого вибору; генетична модель оптимізації рефлексивних впливів, метод оцінки попиту на продукцію підприємства в умовах високого рівня конкуренції, інформаційна модель функціонування центру рефлексивного управління.  Здійснено практичну апробацію запропонованих в дисертації моделей та методів на базі ВАТ «Точмаш». З їх використанням розроблено комплекс рефлексивних управляючих впливів, який дозволяє збільшити обсяги реалізації продукції. | |
| |  | | --- | | В ході дисертаційного дослідження вирішено актуальне наукове завдання розробки теоретичного, методологічного та методичного забезпечення процесів моделювання рефлексивного управління механізмами формування попиту на продукцію промислових підприємств. Результати дослідження зазначеної проблеми відповідно до мети й поставлених завдань дозволили сформулювати наступні висновки:  1. Міжнародне визнання України як країни з ринковою економікою обумовлює новий етап розвитку вітчизняних промислових підприємств. Зростання вартості сировини, тарифів на перевезення і підвищення заробітних плат робить традиційні для українських підприємств цінові види конкуренції недостатньо ефективними. Це дозволяє зробити висновок про актуальність розробки нових науковоорієнтованих методів боротьби за споживчий попит.  2. Дослідження різних моделей формування споживчого попиту довело доцільність розгляду механізмів формування попиту як об'єкту управління. Виявлено, що для вирішення цього завдання доцільно використовувати рефлексивне управління.  3. Запропоновано концептуальну схему рефлексивного управління механізмами формування споживчого попиту, реалізація якої дозволяє скоротити витрати на процес формування рефлексивних управлінських впливів і підвищити конкурентоспроможність продукції підприємства.  4. Використання трактування рефлексивного процесу прийняття рішення дозволило виділити структуру інформаційних взаємодій в системі Виробник–Впоживач–Конкуренти, провести класифікацію споживачів промислової продукції і запропонувати методи управління цим процесом, що дозволяють підвищити ефективність маркетингових заходів.  5. Для вирішення завдання моделювання результатів рефлексивних впливів розроблено рефлексивну модель прийняття споживчого рішення. Модель дозволяє визначати ймовірність вибору споживачем товару підприємства, розраховує потенційний попит на продукцію підприємства і виділяти резерви підвищення попиту. Використання моделі дозволяє формалізувати процес побудови рефлексивних управлінських впливів, підвищити об'єктивність і обґрунтованість рішень, що приймаються, і скоротити витрати на рефлексивне управління попитом.  6. Запропоновано генетичну модель оптимізації рефлексивних впливів, яка дозволяє знаходити оптимальне групування характеристик продукції, що забезпечує якнайкраще положення комерційних пропозицій підприємства порівняно з конкурентами, що сприяє прийняттю споживчого рішення на користь підприємства.  7. Розглянуто організаційне і інформаційне забезпечення роботи центру рефлексивного управління. Запропонована організаційна структура складається з аналітичної, комунікаційної, презентаційної і креативної служб. Функціональне моделювання його роботи дозволило розрахувати коефіцієнти завантаження служб центру, пов'язаних підрозділів підприємства і знайти оптимальний розподіл витрат, а також кадрові потреби створюваної структури в залежності від рівня вирішуваних задач.  8. На базі ВАТ «Точмаш» проведено практичну апробацію пропонованих у дисертації моделей і методів. Розроблено комплекс рефлексивних управлінських впливів, що дозволяє збільшити обсяг реалізації гідроциліндрів на 30% і отримати річний економічний ефект у розмірі 342 тис. грн. | |