Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0401U002402

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 23-07-2001

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Швець-Шуст Андрій Володимирович
2. Shvets'-Shust Andrij Volodymyrovych

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 08.03.02

Назва наукової спеціальності: Економіко-математичне моделювання

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 26-06-2001

Спеціальність за освітою: 0609

Місце роботи здобувача: Донецький національний університет імені Василя Стуса

Код за ЄДРПОУ: 02070803

Місцезнаходження: 21021, м.Вінниця, вул. 600-річчя, 21

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): Д 11.051.01

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

IV. Відомості про підприємство, установу, організацію, в якій було виконано дисертацію

Повне найменування юридичної особи: Донецький національний університет імені Василя Стуса

Код за ЄДРПОУ: 02070803

Місцезнаходження: 21021, м.Вінниця, вул. 600-річчя, 21

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 06.35.51

Тема дисертації:

1. Моделювання процесів маркетингового ціноутворення

2. Modeling of the marketing price formation processes

Реферат/анотація:

1. Об'єкт дослідження: процес управління маркетинговими процесами у виробничо-споживчих системах. Мета дослідження: удосконалювання ціноутворення в маркетинговому комплексі управління виробничою системою, що функціонує в умовах ринку на основі економіко-математичного моделювання рішень. Методи дослідження: системний аналіз, методи статистичного, економічного, функціонально-вартісного й логічного аналізу, економіко-математичного моделювання. Результати: проаналізовано ціновий фактор у загальному маркетинговому комплексі управління; проаналізовано методи ціноутворення в системі маркетингового управління; синтезовано концепцію ціноутворення в системі маркетингового управління, яку засновано на фінансово-матеріальних потоках; проведено моделювання рівноважних цін з урахуванням різних факторів внутрішнього і навколишнього середовища; виконано моделювання ціни з урахуванням планованого обсягу фінансових активів; створено механізми ціноутворення на основі гнучких і твердих цін; розроблені інструментальні засоби підтримки прийняття рішень в системі ціноутворення. Новітність: розроблена концепція ціноутворення в системі маркетингового управління, що дозволяє формувати цінову політику на

ринку; розроблена модель потокового ціноутворення в системі маркетингового управління, що враховує динаміку економічних процесів, нестабільність навколишнього середовища та дозволяє розробити гнучку стратегію в процесі формування ціни; синтезовано модель рівноважного ціноутворення, що на основі оптимізації рішень дозволяє досягти фінансової рівноваги на ринку; приведена модель формування ціни з урахуванням планованого обсягу фінансових активів, що дозволяє регулювати співвідношення власних і позикових коштів з урахуванням ринкової ціни. Область використання: міжгалузева.

2. Object of research: process of marketingmanagement processes in production and consumer systems. Purpose of research: price formation improving in marketing complex of management of production system which functions in market conditions based on decision economic and mathematical modeling. Method of research: system analysis, methods of statistical, economic, functional ant cost, logical analysis, economic and mathematical modeling. Results: analysis of price factor in marketing complex of management is performed; price formation methods in marketing complex of management are analyzed; the conception of price formation in marketing management system which is based financial and material flows is proposed; modeling of equilibrium prices taking into account different factors is realized; the model of price formation taking into consideration planned volume of financial assets is developed; price formation mechanisms based on flexible and rigid prices are proposed; mechanisms for development of decision m aking support means in price formation system are synthesized. Novelty: the conception of price formation in marketing management system which allows to organize price policy on the market; the model of flow price formation in marketing management system which takes into account the dynamics of economic processes, instability of environment and allows to work out flexible strategy during the price formation process; the model of equilibrium price formation which based on the decision optimization and allows to achieve financial equilibrium on the market; the model of price formation allowing for planning volume of financial assets which permits to regulate equity and borrowed assets ratio taking into consideration the market price. Field of use: interindustrial.

Державний реєстраційний номер ДіР:

Пріоритетний напрям розвитку науки і техніки:

Стратегічний пріоритетний напрям інноваційної діяльності:

Підсумки дослідження:

Публікації:

Наукова (науково-технічна) продукція:

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації:

Зв'язок з науковими темами:

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Гузь М.Г.

2. Гузь М.Г.

Кваліфікація: д.е.н., 08.03.02

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Клебанова Т.С.
2. Клебанова Т.С.

Кваліфікація: д.е.н., 08.03.02

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Хижняк В.І.
2. Хижняк В.І.

Кваліфікація: к.е.н., 08.00.13

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Рецензенти

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради Лисенко Ю. Г.

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Лисенко Ю. Г.

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності Юрченко Т.А.

