

СТРАТИФИКАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНО РАВНОВЕСНОЙ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ

*Г. П. Штаняук, аспирант кафедры маркетинга Луганского национального университета
имени Тараса Шевченко, infgfer@yandex.ru*

Методология исследования. Результаты получены за счет использования методов: аппроксимации – для определения полиномиальной зависимости изменения объемов продаж от изменения цены на товар; математического анализа – при установлении оптимального значения дисконта; группировки – при разработке элементов модели социально равновесной ценовой политики.

Результаты. Установлены полиномиальные зависимости изменения объемов продаж от изменения цены на товар для трех групп товаров, сформированных за параметрами ценовой эластичности.

Формализован конфликт интересов продавцов и покупателей при установлении цены на товар; определен общий вид оптимального значения дисконта, удовлетворяющего интересам и коммерческих предприятий (с учетом их реальной нормы прибыльности), и потребителей; уточнены конкретные значения дисконта для товаров каждой из выявленных групп.

Проанализированы результаты ценовых акций коммерческих предприятий; по результатам анализа сформировано четыре группы товаров по уровню цены и четыре группы товаров по уровню коэффициента эластичности.

На основании 16 полученных категорий товаров по их цене и эластичности сформировано 4 валидные группы для дальнейшей аппроксимации в виде полиномиальных уравнений, что является основой для построения модели социально равновесной ценовой политики коммерческого предприятия.

Новизна. Доказана необходимость использования механизма стратификации общественных предпочтений на потребительском рынке по признаку цены и эластичности товаров, позволяющего формировать социально равновесную ценовую политику, отвечающую интересам обеих сторон взаимосвязанного процесса купли-продажи, обеспечивая приемлемую прибыльность коммерческой деятельности и одновременно стимулируя развитие рынка потребления.

Практическая значимость. По результатам статистического анализа данных о результатах ценовых акций коммерческих предприятий разработан состав параметров для

построения модели социально равновесной ценовой политики коммерческого предприятия, с учетом стратификации общественных предпочтений на потребительском рынке.

Ключевые слова: общественные предпочтения, потребительский рынок, стратификация, товар, цена, дисконт, эластичность, прибыль, социальное равновесие, ценовая политика.

Литература

1. Федорищева А. М. Цінова політика та її вплив на формування ціни / А. М. Федорищева, В. П. Ганзя // Держава та регіони : Наук.-виробничий журнал. – 2010. – № 1. – С. 189–193.
Fedoryshcheva A. M. Tsinova polityka ta yiyi vplyv na formuvannya tsiny / A. M. Fedoryshcheva, V. P. Ganzya // Derzhava ta regiony : Nauk.-vyrobnychiy zhurnal. – 2010. – № 1. – S. 189–193
2. Walras L. Études d'économie politique appliquée. Théorie de la production de la richesse sociale / Léon Walras. – Lausanne : F. Rouge ; Paris : F. Pichon, 1898. – 505 p.
3. Маршалл А. Принципы политической экономии: в 3-х томах: том 1 / Альфред Маршалл; пер. с англ. Р. И. Столпера. – М.: Прогресс. – 1983. – 416 с. (Сер. «Экономическая мысль Запада»)
Marshall A. Printsipy politicheskoy ekonomii: v 3-kh tomakh: tom 1 / Alfred Marshall; per. s angl. R. I. Stolpera. – М.: Progress. – 1983. – 416 s. (Ser. «Ekonomicheskaya mysl Zapada»)
4. Кривуля П. В. Анализ X-образных моделей рыночного равновесия / П. В. Кривуля // Економіка. Менеджмент. Підприємництво : Зб. Наук. Праць Східноукраїнського національного ун-ту ім. В. Даля. – Вип. 9 (II). – Луганськ: СХУ ім. В. Даля, 2002. – С. 22–31.
Kryvulya P. V. Analiz X-obraznykh modeley rynochnogo ravnovesiya / P. V. Kryvulya // Ekonomika. Menedzhment. Pidpryyemnytstvo : Zb. Nauk. Prats Skhd-noukrayinskogo natsionalnogo un-tu im. V. Dalya. – Vyp. 9 (II). – Lugansk: SNU im. V. Dalya, 2002. – S. 22–31.
5. Павленко А. Ф. Маркетингова політика ціноутворення : монографія / А. Ф. Павленко, В. Л. Корінев. – К.: КНЕУ, 2004. – 332 с.
Pavlenko A. F. Marketyngova polityka tsinoutvorenniya : monografiya / A. F. Pavlenko, V. L. Korinyev. – К.: KNEU, 2004. – 332 s.
6. Шестонова Е. В. Современные методы ценообразования // Финансовый менеджмент. – 2012. – № 1. – С. 4–12.
Shestonova E. V. Sovremennyye metody tsenoobrazovaniya // Finansoviy menedzhment. – 2012. – № 1. – S. 4–12.
7. Шигаев А. И. Влияние изменений в ценах и затратах на уровень безубыточности предприятия / А. И. Шигаев // Экономический анализ. – 2008. – № 2 (107). – С. 34–41.
Shygaev A. I. Vliyaniye izmeneniy v tsenakh i zatratakh na uroven bezubytochnosti predpriyatiya / A. I. Shygaev // Ekonomicheskiy analiz. – 2008. – № 2 (107). – S. 34–41.
8. Ногин В. Д. Принятие решений в многокритериальной среде: количественный подход / В. Д. Ногин. – М.: ФИЗМАТЛИТ, 2002. – 144 с.
Nogin V. D. Prinyatiye resheniy v mnogokriterialnoy srede: kolichestvenniy podkhod / V. D. Nogin. – М.: FIZMATLIT, 2002. – 144 s.