

PROGNOSTICS OF SOCIAL INDICATORS WITH GMDH SHELL SYSTEM

RYABTSEV V.G., SHEVCHENKO N.V.

Kyiv National University of Technologies and Design

Purpose. Studying the best method of automated construction of mathematical models for the prediction of social development key indicators.

Methodology. GMDH Shell using, which is a modern intellectual environment modeling and forecasting algorithms and which is used the group method of data handling.

Findings. Using GMDH Shell it was obtained a model that provides the smallest deviation from the simulated data of known statistical values. It's recommended for predicting socio-economic development indicators both macro- and -meso levels.

Originality. Using GMDH Shell for forecasting of socio-economic development. Process payments in this program system based on GMDH, by which there is structural and parametric optimization of mathematical models that reflect patterns of multiparameter data of the object.

Practical Value. Using GMDH Shell is the effective tool for forecasting of socio-economic development of Ukraine.

УДК 339.137.2

ГАРАФОНОВА О. І.

ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана»

МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ В КОНТЕКСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Мета. Обґрунтовано механізм забезпечення конкурентоспроможності продукції, що формує механізм здійснення реструктуризації на підприємстві. Сформовано елементи, важелі та принципи дії зазначених механізмів, а також визначено як механізм забезпечення конкурентоспроможності продукції впливає на формування конкурентних переваг підприємства.

Методика. Використаний метод класифікації при механізмів управління, метод синтезу та аналізу при визначенні поняття «механізм забезпечення конкурентоспроможності продукції», метод абстрагування при обґрунтуванні напрямів здійснення змін на підприємстві.

Результати. У ході дослідження виявлено механізм забезпечення конкурентоспроможності, оцінено вплив його факторів та елементів. А також оцінено можливі заходи щодо здійснення організаційних змін на підприємстві.

Наукова новизна. Обґрунтовано підходи до визначення «механізм забезпечення конкурентоспроможності продукції», що є складовим організаційного механізму реструктуризації підприємства. Також визначено напрями проведення організаційних змін, якими є реінжиніринг бізнес-процесів та впровадження системи менеджменту якості.

Практична значимість. В результаті проведеного дослідження здійснено формування механізму забезпечення конкурентоспроможності продукції, що, в свою чергу, впливає на формування механізму реструктуризації підприємства.

Представлено основні підходи до здійснення змін (економічних, організаційних тощо) на підприємстві.

Ключові слова: механізм забезпечення конкурентоспроможності продукції, організаційний механізм реструктуризації, система менеджменту якості, зміни, реструктуризація, реінжиніринг.

Вступ. В умовах сучасних ринкових відносин виникає об'єктивна потреба у підвищенні якості та конкурентоспроможності продукції як одного з визначних факторів успіху виробника на ринку. Жорстка боротьба за споживачів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку потребує створення і виробництва конкурентоспроможних товарів. У зв'язку з цим проблема пошуку нових досконалих методів оцінки рівня конкурентоспроможності продукції та ефективних шляхів її зростання є актуальною і потребує більш детального дослідження.

Питання забезпечення конкурентоспроможності продукції розкрито в багатьох теоретичних і проектних роботах як вітчизняних, так і зарубіжних авторів: Р.А. Фатхутдінова, Х.А. Фасхієва, М.Г. Долинської, В.Л. Диканя, Г.Л. Азоева, Е.А. Горбашко, С.М. Ілляшенка, А.Е. Воронкова, Г.М. Скударя, Р. М. Тіхонова, В.М. Осипової, Л. А. Крота та І. А. Соловійова та інших. Проте даний напрям не втрачає своєї актуальності.

Сьогодні практично відсутні загально визначені наукові розробки, що дозволяють вирішувати проблемні питання цього рівня на єдиній діалектичній основі досвіду, сучасного стану і перспективних завдань діяльності суб'єктів господарювання. В рамках достатньо глибокого теоретичного дослідження питань формування механізмів управління, немає чіткого обґрунтування поняття «механізм забезпечення конкурентоспроможності продукції», що вплине на процес реструктуризації підприємства, а також проведення змін.

Постановка завдання. З цієї точки зору основними цілями даного наукового дослідження є:

- обґрунтувати та визначити фактори конкурентоспроможності продукції та розробка на цій основі механізму її забезпечення;
- охарактеризувати елементи, важелі та принципи утворення механізму забезпечення конкурентоспроможності продукції, а також організаційного механізму реструктуризації;
- дати пояснення щодо можливих напрямів проведення змін в рамках організаційного механізму реструктуризації.

Результати дослідження. В умовах жорсткої конкуренції підприємства самостійно або за безпосередньої підтримки держави (у випадку участі держави в їх власності) вступили на шлях інтенсивної консолідації підприємств, які можна розглядати як сучасний інструмент прискореного підвищення конкурентоспроможності вітчизняної промисловості на основі технічного переозброєння.

Перш ніж визначитися із поняттям «механізм забезпечення конкурентоспроможності продукції», розглянемо що ж являє собою взагалі механізм управління. Механізм характеризується певною кінцевою множиною елементів та

взаємозв'язків між ними. Взаємозв'язок між елементами відбувається за допомогою відповідних важелів. За рахунок організації системних зв'язків механізм забезпечує динаміку підприємства з ефектом синергізму.

Механізм охоплює організаційну, економічну та соціальну складові діяльності підприємства. Предметом нашого наукового дослідження організаційний «механізм конкурентоспроможності продукції», тому економічна та соціальна складові механізмів в даній статті не досліджуються. Але, слід звернути увагу на те, що соціальна складова механізму конкурентоспроможності продукції проявляється в рамках сформованих організаційних структур підприємства. Через стимули та мотиви досягається взаємодія та взаємозв'язок між керівниками та менеджерами різних рівнів управління в структурі апарату управління. Економічна складова механізму проявляється в складі важелів, що забезпечують дію організаційних елементів. Економічними важелями в механізмі конкурентоспроможності продукції виступають ціноутворення, фінансування та кредитування, економічне стимулювання. Саме економічна складова механізму конкурентоспроможності продукції забезпечує системну основу організаційних елементів механізму.

В спеціальній літературі існують різні точки зору щодо визначення поняття «організаційний механізм». Так організаційний механізм розглядається як «система методів, способів та прийомів формування і регулювання відносин об'єктів із внутрішнім та зовнішнім середовищем» [1]. Спираючись на змістовну характеристику даного поняття, особливості організаційних механізмів визначаються характером дій щодо організації управління. Останні являють собою [1]:

- дії щодо побудови, формування цілого, як сукупності взаємопов'язаних та взаємодіючих частин, об'єднання яких обумовлено цілями створення цілого – керуючої системи (КС);
- дії щодо формування, створення елементів (частин) цілого, як підсистем КС;
- дії щодо забезпечення внутрішньої впорядкованості, підпорядкування, взаємодії більш або менш диференційованих та автономних частин КС;
- дії щодо приведення у відповідність підприємства із стратегічною місією, цілями та характером об'єкта управління;
- дії щодо адаптації системи управління до зовнішнього середовища.

З нашої точки зору та спираючись на дослідження різних науковців визначимо, що організаційно-економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності продукції представляє систему взаємозв'язаних цілеспрямованих економічних форм і методів організації виробництва і управління ним на рівні підприємства (рис. 1).

Вимоги сучасної світової та національної економіки полягають в тому, що кожне підприємство повинне реагувати на зміни зовнішнього середовища. Це можуть бути зміни споживчого попиту, економічної ситуації, поява сильних конкурентів, енергетичні кризи тощо. Така реакція на зміни зовнішнього середовища можлива лише за умови, якщо усі підприємства будуть здатні в будь-який час з мінімальними втратами для ефективності системи в поточному періоді почати процес реструктуризації.

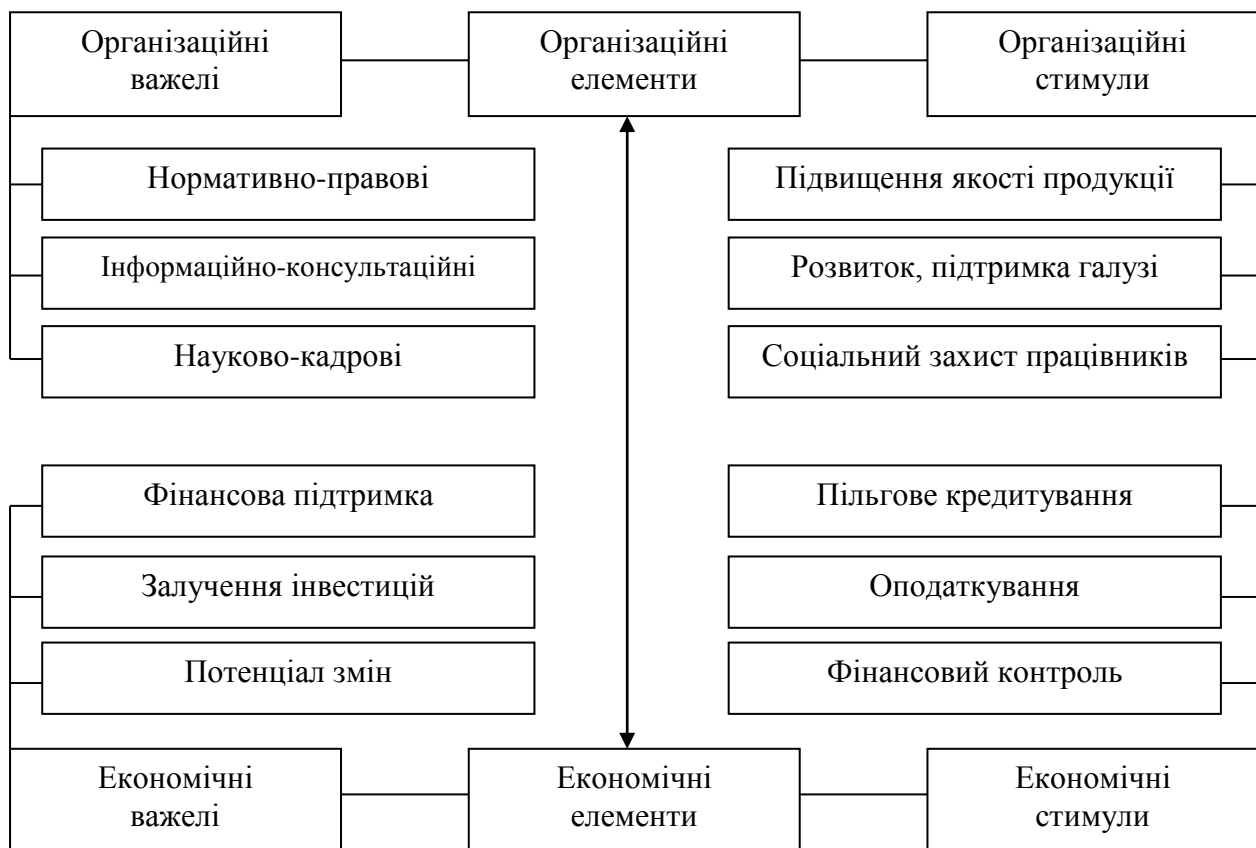


Рис. 1. Організаційно-економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності продукції на вітчизняному підприємстві

Коли здійснюється підвищення конкурентоспроможності продукції на підприємстві обов'язковим є здійснення реструктуризації, що, в свою чергу, підвищує конкурентний статус підприємства.

З нашої точки зору, організаційний механізм реструктуризації підприємства - сукупність елементів, важелів, інструментів та методів організаційно-управлінського характеру, що спрямовані на забезпечення створення та збереження конкурентних позицій підприємства, а також задоволення потреб споживачів. Блок-схема організаційного механізму реструктуризації підприємства представлена на рис. 2.

Виходячи з проведеного аналізу та узагальнення визначень, що мають відношення до організаційного механізму реструктуризації, а також змісту робіт процесу реструктуризації можна запропонувати наступний склад організаційного механізму реструктуризації.



Рис. 2. Блок-схема організаційного механізму реструктуризації підприємства

До елементів даного механізму можна віднести:

- систему менеджменту якості;
- організаційну структуру;
- «підприємницьку мережу».

На підприємстві однією із важливих складових конкурентоспроможності є створення найкращих (кращих ніж у конкурентів) можливостей для залучення і збереження споживачів.

В більшості галузей економіки конкурентні переваги підприємства досягаються перш за все за рахунок таких основних показників:

- рівня якості продукції, що випускає підприємство;
- рівня сервісного обслуговування споживачів підприємством;

➤ ціни на продукцію.

Важелями даного механізму реструктуризації, що приводять в дію його елементи, виступають система мотивації, реінжиніринг бізнес-процесів, синергія, основні характеристики яких буде розглянуто в поєднанні із відповідними їм елементами.

В світовій практиці ці показники конкурентоспроможності забезпечуються розробкою та впровадженням системи менеджменту якості, що відповідає вимогам TQM. Реструктуризація підприємства на основі впровадження системи менеджменту якості формує її зовнішню позицію в конкурентоспроможності відносно споживачів, постачальників та конкурентів. Система менеджменту якості створює конкурентні переваги над конкурентами. Окрім цього система менеджменту якості – це елемент механізму реструктуризації підприємства, завдяки якому забезпечуються конкурентні переваги та формуються кореневі компетенції (див. рис. 2). Впровадження систем менеджменту якості є одним із провідних напрямків покращення ефективної діяльності підприємства за кордоном. Основою забезпечення стійкої та ефективної роботи підприємства в умовах ринку є конкурентоспроможність, тобто, - стабільність якості продукції.

Висновки. Отже, розглянуті напрями вдосконалення механізму забезпечення якості промислової продукції промислових підприємств не вичерпують всієї сукупності організаційно-економічних способів забезпечення конкурентоспроможності, але відображають найбільш перспективні з них. Організаційно-економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності продукції промислового підприємства передбачає координацію управлінських дій у сфері вибору виробничо-збутової стратегії підприємства і зміни налаштувань функціональності організаційної структури управління підприємством.

Падіння світового попиту на експортну продукцію України, загострення ситуації на готівковому ринку іноземної валюти, енергозалежність України спричинили глибокі кризові явища в економіці країни.

Конкурентоспроможність виявляється лише в умовах конкуренції і через конкуренцію. В країнах з ринковою економікою конкурентоспроможність підприємства є результатом переплетіння факторів, породженим об'єктивним розвитком продуктивних сил і які відображають результати політики великих монополій в боротьбі за якість, ринки збуту і отримання прибутку.

Список використаної літератури

1. Управление качеством и реинжиниринг организаций / З.С. Абутидзе, Л.Н. Александровская, В.Н. Бас и др.: Учеб. Пособие. – М.: Логос, 2003. – 328с.
2. Управління конкурентоспроможністю підприємства/ С.М. Клименко Т.В. Омеляненко Д.О. Барабась О.С. Дуброва А.В. Вакуленко. – К.: КНЕУ 2008. – 520 с.
3. Шевченко Л.С. Конкурентное управление: Уч. пособие. – Харьков: Эспада, 2004. – 520с.

МЕХАНИЗМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ В КОНТЕКСТЕ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЯМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

ГАРАФОНОВА О. И.

ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана»

Цель. Обоснован механизм обеспечения конкурентоспособности, который формирует механизм осуществления реструктуризации на предприятии. Сформировано элементы, рычаги и принципы действия указанных механизмов, а также определены как механизм обеспечения конкурентоспособности продукции влияет на формирование конкурентных преимуществ предприятия.

Методика. Использован метод классификации при изучении механизмов управления, метод синтеза и анализа при определении понятия «механизм обеспечения конкурентоспособности продукции», метод абстрагирования при обосновании направлений осуществления изменений на предприятии.

Результаты. В ходе исследования выявлен механизм обеспечения конкурентоспособности продукции, оценено влияние его факторов и элементов. А также оценено возможные меры по осуществлению организационных изменений на предприятии.

Научная новизна. Обоснованы подходы к определению «механизм обеспечения конкурентоспособности продукции», что является составляющим организационного механизма реструктуризации предприятия. Также определены направления проведения организационных изменений, каковыми являются реинжиниринг бизнес - процессов и внедрение системы менеджмента качества.

Практическая значимость. В результате проведенного исследования осуществлено формирование механизма обеспечения конкурентоспособности, который в свою очередь, влияет на формирование механизма реструктуризации предприятия. Представлены основные подходы к осуществлению изменений (экономических, организационных и т.д.) на предприятии.

Ключевые слова: *механизм обеспечения конкурентоспособности продукции, организационный механизм реструктуризации, система менеджмента качества, изменения, реструктуризация, реинжиниринг.*

MARKETABLE SOLUTIONS IN THE CONTEXT OF A COMPANY CHANGING PROCESSES

GARAFONOVA O.

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

Purpose. The mechanism ensures the competitiveness of products forming mechanism of restructuring in a company. Elements and principles of leverage of these mechanisms are formed and also identified how this mechanism ensures to the competitiveness competitive advantage.

Methodology. The classification method is used in the studying of management mechanisms, the method of synthesis and analysis of the definition of "mechanism of competitive products," a method of abstraction in justifying areas for change at the company.

Findings. The competitiveness mechanism was revealed, its estimated impact factors and elements. And also possible measures to implement the organizational changes in the company were assessed.

Originality. To approach the definition of "mechanism to ensuring the products competitiveness", which is the part of organizational restructuring mechanism of an

enterprise. Also it was specify directions of organizational changes, which are re-engineering business processes and implementation of quality management system.

Practical value. As a result of this research formation of the competitiveness mechanism is carried, which effects, in turn, to the formation of enterprise restructuring mechanism. The basic approaches are shown to changes (economic, organizational, etc.) in an enterprise.

Keywords: *mechanism to ensure the competitiveness of products, organizational restructuring mechanism, the system of quality management, change, restructuring, reengineering.*

УДК 338:658

КУДЛАЙ В.С.

Київський національний університет технологій та дизайну
**МЕТОДИКА РОЗРОБКИ ПРОГРАМИ МАРКЕТИНГОВИХ
КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА**

Мета. Обґрунтувати етапи та фактори, що впливають на процес маркетингових комунікацій підприємства, сформулювати послідовність цих етапів, а також визначити їх значимість.

Методика. Використаний метод класифікації та логіко-теоретичного узагальнення при дослідженні етапів реалізації маркетингових комунікацій, метод синтезу та аналізу, метод морфологічного аналізу при визначенні послідовності етапів процесу маркетингових комунікацій.

Результати. У ході дослідження виявлено послідовність впровадження програми комунікаційного процесу підприємства, оцінено їх вагомість в діяльності компанії.

Наукова новизна. Вдосконалено схему процесу реалізації маркетингових комунікацій підприємства, виявлено ключові етапи та вставлено взаємозалежність зв'язків елементів. Обґрунтовано значимість етапів для компанії.

Практична значимість. В результаті проведеного дослідження представлено схематичну інтерпретацію процесу впровадження маркетингових комунікацій в компанії.

Ключові слова: комунікації, комунікаційний процес, маркетингові комунікації, цільова аудиторія

Вступ. У багатьох комунікаційних процесах відсутні елементи, що засвідчують достовірність та надійність комунікаційного повідомлення. У деяких випадках повідомлення виходить від імені невідомих осіб, в інших від знаменитостей. Повідомлення, що передається за допомогою привабливого або популярного джерела, сильніше привертає до себе увагу аудиторії і краще запам'ятовується. Ось чому рекламодавці часто залучають відомих спортсменів або акторів до комунікаційного процесу. Такий прийом особливо ефективний, коли знаменитості ототожнюються з ключовими якостями рекламованого товару [1].