**Лепа Микола Миколайович. Механізми маркетингово-орієнтованого управління конкурентними перевагами підприємства : Дис... д-ра наук: 08.06.01 – 2004**

|  |  |
| --- | --- |
|

|  |
| --- |
| **Лепа М.М. Механізми маркетингово-орієнтованого управління конкурентними перевагами підприємства. – Рукопис.**Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – Економіка, організація і управління підприємствами. Донецький національний університет Міністерства освіти і науки України, Донецьк, 2004 р.Дисертація присвячена проблемам, методологічним розробкам, теоретичним дослідженням формування механізму маркетингово-орієнтованого управління конкурентними перевагами машинобудівних підприємств. Зроблено детальний аналіз сучасного стану економіки України, виявлено тенденції розвитку промислового сектора та проблеми розвитку машинобудівних підприємств. Запропоновано концептуальні засади управління конкурентними перевагами на промислових підприємствах на основі використання принципів маркетингу. Розроблено методологічні основи підготовки стратегічних напрямів досягнення конкурентних переваг і методи вибору оптимальної стратегії розвитку підприємства. Запропоновано методи формування поточної виробничої програми та оперативних планових завдань підприємства в умовах нестабільності ринкового середовища з використанням методів багатокритеріальної оптимізації, апарату теорії ігор і стохастичного моделювання. Розроблено механізми оперативного регулювання виробничих процесів з урахуванням запитів споживачів.Створено методологічні основи побудови системи підготовки та прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності, які засновані на дослідженні і виявленні природного гомоморфізму нечітких відносин.Запропоновано та теоретично обґрунтовано механізм розвитку систем управління підприємством на основі перерозподілу функціональних обов’язків відповідно до маркетингової стратегії розвитку та організації продуктових центрів, орієнтованих на підвищення конкурентних переваг. |

 |
|

|  |
| --- |
| Інтегральним результатом роботи є рішення важливої науково-практичної проблеми, що полягає в необхідності розробки теоретико-методологічних основ і механізмів маркетингово-орієнтованого управління конкурентними перевагами підприємства. Із позицій системного підходу до проблем управління підприємствами в трансформаційний період у дисертаційному дослідженні відповідно до мети і за дач дослідження було отримано такі основні результати.1. Організація управління на промислових підприємствах в сучасних умовах повинна базуватися на принципах маркетингу, що забезпечують координацію дії ринкових чинників на процес функціонування підприємства.2. В умовах нестабільності ринкового середовища забезпечення стійкості функціонування підприємства, що запобігає виникненню кризових ситуацій у процесі конкурентної боротьби, слід здійснювати на основі використання методів формування і вибору стратегії розвитку підприємства, що ґрунтуються на синтезі моделей процесів підготовки управлінських рішень та що враховують вплив ринкових чинників і динаміки виробничого потенціалу, вплив діяльності підприємств на розвиток регіону, на рівень конкурентоспроможності в цілому, а також рівень схильності ОПР до ризику.3. Посилювати конкурентні переваги промислового підприємства необхідно на базі застосування методів формування поточних планів виробництва в рамках стратегії його розвитку на основі інтеграції сучасних економіко-математичних методів як поточного, так і оперативного управління. Впровадження цих методів, які засновані на використанні ігрового підходу і не прив'язані ні до кількості підприємств-конкурентів на ринку, ні до номенклатури продукції, що виробляється, що дає можливість застосовувати їх на будь-яких підприємствах машинобудівного комплексу і, в поєднанні з іншими методами, дозволяє формувати початковий базис, необхідний для прийняття рішень у системі поточного виробничого планування.4. Дослідження показали, що для своєчасного вироблення керуючих дій у відповідь на випадкові збурення ринкового середовища і виробничого процесу необхідна система оперативного регулювання виробництва. Запропоновані методи оперативного регулювання виробництва з урахуванням ринкових чинників, що забезпечують якість і обґрунтованість планових розрахунків шляхом оптимального "вбудовування" замовлень у виробничий процес, забезпечують збалансованість процесів виробництва і реалізації готової продукції при досягненні найкращих техніко-економічних результатів.5. Підготовку й прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності на підприємстві слід здійснювати на основі методів та адекватного модельного комплексу, які реалізовано з використанням апарату теорії ігор, а також апарату нечіткої логіки.6. Формування оперативних планових завдань, направлених на удосконалення методів планування і аналізу ефективності виробництва, необхідно проводити з урахуванням взаємозв'язку задач оперативного планування. Реалізація розроблених методів дозволяє на кожному етапі виробничого процесу формувати планові завдання, які забезпечують узгодженість усіх підрозділів підприємства при раціональному використанні всіх видів ресурсів, досягненні необхідної якості виробів і виконанні договірних зобов'язань.7. Функціонування інформаційної системи управління підприємством дозволить керівникам всіх рівнів одержувати необхідну і достатню інформацію зі стратегічного, поточного і оперативного управління з урахуванням поточного стану ринку і виробництва, на основі якої генеруються плани розвитку підприємства, плани виробництва на рік, квартал, місяць, а також тижневі плани випуску продукції, змінно-добові завдання, аналізується і регулюється виробничий процес, що забезпечує підвищення оперативності та обґрунтованості управлінських рішень в системі управління підприємством.8. Аналіз проведених досліджень свідчить про те, що вибір методів удосконалення ефективності функціонування підприємства в ринковій економіці зводиться до оптимізації його організаційної структури. Важливим напрямом цієї роботи є створення на підприємстві підрозділів, що забезпечують розвиток конкурентних переваг, а саме – стратегічного управління, управління маркетингом і управління якістю. Для крупних підприємств машинобудівної галузі обґрунтовано необхідність створення декількох відокремлених підприємств, що забезпечують випуск однорідної продукції, так званих продуктових центрів, що мають фінансову і господарську самостійність.9. Основні теоретичні і прикладні результати дослідження впроваджені на підприємствах машинобудування України: ВАТ "Новогродівський машинобудівний завод", ВАТ "Новогорлівський машинобудівний завод", ВАТ "Донецькгірмаш", Українсько-канадському спільному підприємстві "Донбас-Ліберті" та показали універсальність і ефективність запропонованих методів і моделей. |

 |