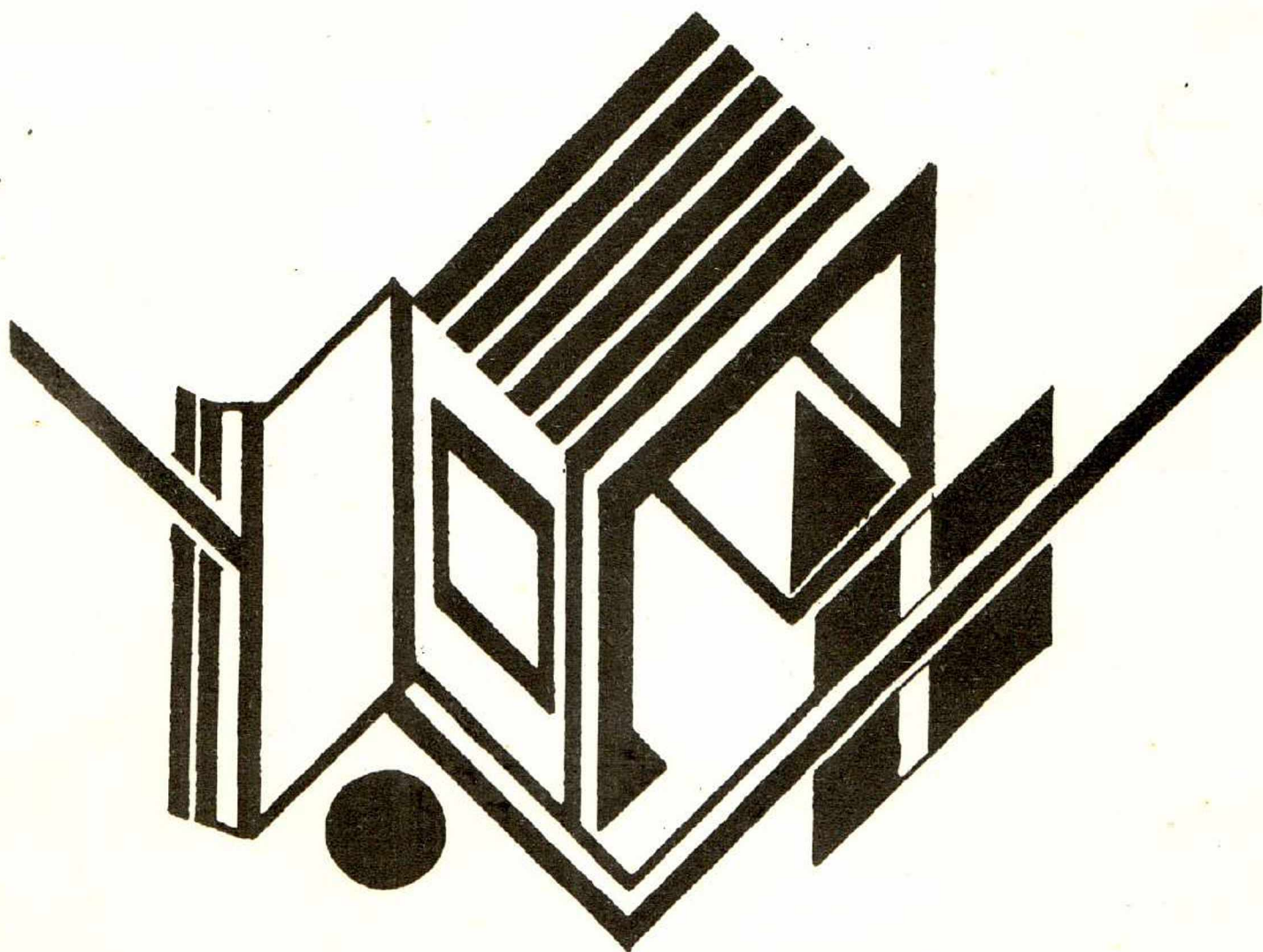


**МЕТОДИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ
ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ
СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ
В УСЛОВИЯХ
СМЕШАННОЙ ЭКОНОМИКИ**



АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК УКРАИНЫ

**ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
НАЦИОНАЛЬНОЙ АКАДЕМИИ НАУК УКРАИНЫ**

КОНЦЕРН АЗОМ

**Методические принципы
формирования и реализации
стратегии предприятия
в условиях смешанной
ЭКОНОМИКИ**

(Материалы научно-практической конференции)

21-22 сентября 1995 г.

Донецк - Артемовск 1995

Представлены краткие изложения научных докладов и тезисы выступлений на научно-практической конференции. Рассматриваются проблемы развития экономических реформ и социального развития общества в Украине на современном этапе.

Приведены научно-методологические положения по разработке и реализации стратегии развития предприятий, а также рекомендации по формированию организационно-экономических отношений в масштабе региона, отрасли, предприятия в условиях перехода к смешанной экономике.

© Академия экономических наук Украины, 1995

© Институт экономики промышленности
НАН Украины, 1995

© Концерн "АЗОМ", 1995

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР ЕГО АДАПТАЦИИ К РЫНКУ

Вхождение в рыночную экономику, перестройка всего народного хозяйства Украины требуют адаптации промышленных предприятий к новым условиям хозяйствования. Важнейшей составляющей этого процесса является организация конкурентоспособных предприятий.

Условия функционирования предприятия в обстановке конкуренции - борьба за рынки сбыта, за рыночную долю, за постоянное повышение эффективности производства за счет быстрого обновления производства и продукции, привлечения высококвалифицированной рабочей силы, снижения издержек.

В настоящее время неценовые методы конкуренции приобретают все более широкое распространение. При неценовой конкуренции основными факторами конкурентной борьбы являются качество и надежность товаров, организация сервиса, сбытовая сеть, каналы продвижения продукции.

Неценовые методы конкуренции в основном применяются в области управления маркетингом, и в частности, рекламы и сбытовой политики. Конкурентоспособность предприятия определяется факторами ценовой и неценовой конкуренции.

Анализируя и обобщая опыт, на наш взгляд, критерии и факторы конкурентоспособности предприятия в условиях рынка следует объединить в группы: продукт, рынок, сбыт, продвижение продукции производства. В свою очередь каждый из критериев описывается определенным набором показателей, параметров.

Определение набора сравнительных параметров, используемых для оценки конкурентоспособности каждого конкретного предприятия, целесообразно осуществлять экспертным методом. Рекомендательный перечень показателей по каждому из факторов оценки конкурентоспособности предприятия был сформирован методом выделения ключевых факторов успеха.

Отбор приоритетных направлений повышения конкурентоспособности предприятия проводится с учетом его жизненного цикла в соответствии со следующей аналитико-поисковой процедурой: формирование рабочей группы - анализ показателей предприятия - анализ товара и его потребителей - анализ предприятий-конкурентов и выявление "зон" слабой конкуренции - генерирование альтернативных вариантов повышения уровня конкурентоспособности предприятия - отбор предпочтительных вариантов - оценка конкурентоспособности предприятия, что является окончательным этапом формирования стратегии поведения предприятия на рынках сбыта и его адаптации к новым условиям хозяйствования.