

**МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ ТА  
НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ  
ЕКОНОМІЧНИМИ ТА ТЕХНІЧНИМИ  
СИСТЕМАМИ**

**МОНОГРАФІЯ**

**Присвячується 80-річчю професора  
Павла Миколайовича Коюди**

Харків-Коблево, 2018

УДК 658.012.32  
ББК: У 290-21  
М 33

*Рекомендовано до друку вченою радою Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова (протокол № 12 від 06 липня 2018 р.)*

*Рецензенти:*

*В.О. Філатов* – д-р тех. наук, проф., зав. кафедрою штучного інтелекту Харківського національного університету радіоелектроніки;

*Г.В. Назарова* – д-р екон. наук, проф., зав. кафедрою управління персоналом ХНЕУ імені Семена Кузнеця;

*О.І. Пушкар* – д-р екон. наук, проф., зав. кафедрою комп'ютерних систем та технологій ХНЕУ імені Семена Кузнеця

М 33 **Математичні моделі та новітні технології управління економічними та технічними системами [Текст] : монографія / за заг. ред В.О. Тімофєєва, І.В. Чумаченко – Харків: ФОП Панов А.М., 2018. – 314 с.**

*Автори: Артюх Р.В.; Булаєнко М.В.; Верещака Ю. О., Верясова Г.М.; Гавриленко І.О., Гибкіна Н.В.; Гінда Ю.О., Гуца О.М.; Давидовський Ю.К., Данишина С.Ю.; Дорохіна А.А., Доценко Н.В., Доценко С.І., Дядюн С.В., Зарицький О. В., Іващенко П.О., Ігуменцева Н.В., Кирій В.В.; Ковтун Т.А., Косенко В.В.; Костенко О.Б., Костін Д.Ю.; Костін Ю.Д.; Курденко О.В., Литвинов А.Л., Лобач О.В., Малєєва О.В., Менейлюк О. І., Морозова А.І., Мурзабулатова О.В., Нікіфоров О.Л., Новаківський І.І.; Персіянова О.Ю.; Пересада О.В., Персіянова О.Ю., Петренко В.О.; Пономарьов С.В., Пчолін В.Г., Рамазанов С.К., Романенков Ю.О., Сидоров М.В.; Смокова Т.М., Соколова Л.В.; Старостіна О.Ю., Стороженко О.В.; Тімофєєв В.О.; Фонарьова Т.А.; Черненко В.П., Чухрай Н.І.; Шапран Є.М., Шапран О.Є., Шейко І.А., Штельма О.М., Ястремська О.М.*

**ISBN 978-617-7541-98-0**

В монографії представлені доробки українських науковців щодо управління підприємствами, використання економіко-математичного моделювання, інформаційних технологій, технологій управління та технічних засобів в галузі функціонування та розвитку підприємств й управління проектами на підприємствах.

Видання рекомендовано для фахівців у галузях управління економікою, інформаційних технологій, управління проектами і програмами – для студентів та аспірантів, а також науковців і викладачів ВНЗ.

Статті відтворені з авторських оригіналів, в авторській редакції.

УДК 658.012.32  
ББК: У 290-21

**ISBN 978-617-7541-98-0**

© Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, 2018г.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	5
РОЗДІЛ 1 ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ В ЕКОНОМІЦІ ТА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА .....	7
1.1 Петренко В.О., Фонарєва Т.А. Роль системи креативної інформації у пошуку та використанні внутрішніх резервів підприємства .....	7
1.2 Гуца О.М., Ігуменцева Н.В., Понамарєв С.В., Пересада О.В. Вплив реінжинірингу процесів управління на підвищення рівня економічної безпеки підприємства .....	18
1.3 Костін Ю.Д., Верещака Ю.О. Сутність факторного аналізу прибутку підприємства .....	28
1.4 Соколова Л.В., Гінда Ю.О. Дослідження дефініції поняття «конкурентна позиція підприємства» .....	35
1.5 Ястремська О.М. Стратегічне управління розвитком підприємства 41	
1.6 Костін Д.Ю., Пономарєв С.В., Костін Ю.Д. Стратегії розвитку енергокомпанії в ринкових умовах .....	58
1.7 Чухрай Н., Новаківський І. Проектний менеджмент як базовий інструментарій інноваційного розвитку .....	68
1.8 Даншина С.Ю. Методологічне забезпечення процесу управління матеріальними ресурсами проектів розвитку .....	79
1.9 Шейко І.А. Аналіз інноваційної активності та джерел фінансування інноваційної діяльності вітчизняних підприємств .....	89
1.10 Ястремська О.М., Ходаківська М.Ю. Інвестування у розвиток персоналу на основі інноваційних технологій управління .....	105
1.11 Гибкіна Н.В., Сидоров М.В., Стороженко О.В. Застосування факторного аналізу до класифікації країн Європейського Союзу за показниками соціально-економічного розвитку .....	125
1.12 Соколова Л.В., Іващенко П.О., Верясова Г.М., Соколов О.Є. Аналіз банківської системи України в умовах фінансово-економічної нестабільності .....	144
1.13 Рамазанов С.К., Шапран Є.М., Шапран О.Є. Циклічна динаміка, кризи, нелінійне майбутнє і проблема прогнозування .....	154
1.14 Черненко В. П. Прогнозування цін на первинному ринку житла у Полтавській області за методом колокацій .....	172
1.15 Романенков Ю.О., Лобач О.В. Інтервальне розширення методів комплексування прогнозних оцінок .....	179

РОЗДІЛ 2 УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ .....	191
2.1 Доценко С.І. Методологія цілісного підходу до дослідження інтелектуальних систем .....	192
2.2 Гавриленко І.О. Моделювання процесів виявлення несуттєвої запірної арматури при розрахунку ймовірності безвідмовної роботи аварійно-ремонтної зон .....	208
2.3 Литвинов А.Л. Стохастичне моделювання підрозділу тренувальних випробувань приладобудівного виробництва .....	215
2.4 Менеїлюк О.І. Нікіфоров О.Л. Обґрунтування підвищення нормативного рівня доходів при будівництві та реконструкції розосереджених різних за масштабом об'єктів.....	223
2.5 Дорохіна А.А., Старостіна О.Ю. Артюх Р.В Структурні моделі портфелю інвестиційно-будівельних проектів .....	233
2.6 Доценко Н.В. Методологічні основи управління людськими ресурсами при гнучкому управлінні в мультипроектному середовищі .....	243
2.7 Ковтун Т.А., Смокова Т.М. Аналіз ризику розриву інтеграційних зв'язків між учасниками проекту створення логістичного центру .....	252
2.8 Давидовський Ю.К., Малєєва О.В., Косенко В.В., Персіянова О.Ю. Моделювання процесів та перерозподіла трафіку в мережах передачі даних .....	261
2.9 Дядюн С.В., Штельма О.М., Пчолін В.Г. Використання інформаційних технологій в управлінні підприємством .....	271
2.10 Гуца О.М., Морозова А.І., Курденко О.В. Інформаційна технологія прийняття рішень на основі якісних методів в управлінні організаційно-технічними системами .....	281
2.11 Булаєнко М.В., Костенко ОБ., Зарицький О.В. Автоматизація конвертування просторових об'єктів до стандартів оновлених класифікаторів .....	295
2.12 Кирій В.В., Тімофєєв В.О., Мурзабулатова О.В. Інформаційні технології як інструмент просування компанії в інтернет просторі .....	302

## ВСТУП

Запорукою успішної діяльності складних соціально-економічних та технічних систем є їх постійне оновлення, адаптація до мінливих умов зовнішнього оточення та відповідна саморегуляція внутрішньої структури, процесів та техноолгій. Науково-методичні розробки, пропонувані в монографії, заходи щодо старатегічного розвитку, використання методів моделювання та інформаційних технологій, технологій управління проектами та програмами наразі сприятимуть покращенню існуючих процесів та розробці нових. Саме це визначає актуальність представлених досліджень.

Монографія підготовлена авторським колективом, що складається з науковців провідних ВНЗ України: Петренко В.О., Фонарьова Т.А., (підрозділ 1.1, Національна металургійна академія України); Гуца О.М., Ігуменцева Н.В., Пономарьов С.В., Пересада О.В. (підрозділ 1.2, Харківський національний університет радіоелектроніки); Костін Ю.Д., Верещака Ю.О. (підрозділ 1.3., Харківський національний університет радіоелектроніки); Соколова Л.В., Гінда Ю.О. (підрозділ 1.4, Харківський національний університет радіоелектроніки); Ястремська О.М. (підрозділ 1.5, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця); Костін Д.Ю., Пономарьов С.В., Костін Ю.Д. (підрозділ 1.6, Харківський національний університет радіоелектроніки); Н. Чухрай, І. Новаківський (підрозділ 1.7, Національний університет «Львівська політехніка»); Даншина С.Ю. (Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «ХАІ»); Шейко І.А. (підрозділ 1.9, Харківський національний університет радіоелектроніки); Ястремська О.М., Ходаківська М.Ю. (підрозділ 1.10, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця); Гибкіна Н.В., Сидоров М.В., Стороженко О.В. (підрозділ 1.11, Харківський національний університет радіоелектроніки) Соколова Л.В., Іващенко П.О., Верясова Г.М., Соколов О.Є. (підрозділ 1.12, Харківський національний університет радіоелектроніки, Харківський національний університет імені Каразіна); Рамазанов С.К.<sup>1</sup>, Шапран Є.М.<sup>2</sup>, Шапран О.Є.<sup>2</sup> (підрозділ 1.13, <sup>1</sup>ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана», <sup>2</sup>Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»); Черненко В.П. (підрозділ 1.14 Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського); Романенков Ю.О., Лобач О.В. (підрозділ 1.15 Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «ХАІ», Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова); Доценко С.І. (підрозділ 2.1, Український державний університет залізничного транспорту); Гавриленко І.О. (підрозділ 2.2, Харківський національний уні-верситет міського господарства ім. О.М. Бекетова); Литвинов А.Л. (підрозділ 2.3, Харківський національний університет

міського господарства ім. О.М. Бекетова); Менайлюк О.І., Нікіфоров О.Л. (підрозділ 2.4, Одеська державна академія будівництва та архітектури); Дорохіна А.А., Старостіна О.Ю., Артюх Р.В. (підрозділ 2.5, Харківський Національний Університет Міського Господарства імені О.М. Бекетова, ДП "Південний державний проектно-конструкторський та науково-дослідний інститут авіаційної промисловості"); Доценко Н.В. (підрозділ 2.6, Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «ХАІ»); Ковтун Т.А., Смокова Т.М. (підрозділ 2.7.), Давидовський Ю.К., Малєєва О.В.<sup>1</sup>, Косенко В.В.<sup>2</sup>, Персіянова О.Ю.<sup>3</sup> (підрозділ 2.8, <sup>1</sup>Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського, <sup>2</sup>ДП"Харківський науково-дослідний інститут технології машинобудування", <sup>3</sup>ДП "Південний державний проектно-конструкторський та науково-дослідний інститут авіаційної промисловості"), Дядюн С.В.<sup>1</sup>, Штельма О.М. <sup>1</sup>, Пчолін В.Г. <sup>2</sup> (підрозділ 2.9 <sup>1</sup> Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, <sup>2</sup> Харківський державний університет залізничного транспорту), Гуца О.М., Морозова А.І., Курденко О.В. (підрозділ 2.10, Харківський національний університет радіоелектроніки), Булаєнко М.В., Костенко О.Б., Зарицький О.В (підрозділ 2.11 Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова), Кирій В.В., Тимофєєв В.О. (підрозділ 2.12 Харківський національний університет радіоелектроніки).

Видання рекомендовано для студентів та аспірантів, фахівців у галузі економіки, менеджменту, інформаційних технологій та управління проектами для а також науковців і викладачів ВНЗ.

## 1.4 ДОСЛІДЖЕННЯ ДЕФІНІЦІЇ ПОНЯТТЯ «КОНКУРЕНТНА ПОЗИЦІЯ ПІДПРИЄМСТВА»

Соколова Л.В., Гінда Ю.О.

The approaches to the definition of the concept of a competitive position of the enterprise are investigated. The definition of competitive advantages of the enterprise is given. The competitive position of the company as a level of its competitiveness on a concrete market is determined, which corresponds to the system of the formed competitive potential and creates opportunities for further functioning in the market in order to form new and develop existing competitive advantages.

Конкурентні відносини є невід'ємною частиною функціонування вітчизняної економіки. Посилення конкуренції між підприємствами і виробленою ними продукцією займає важливе місце серед інших економічних проблем. Необхідність адаптації підприємства до зовнішніх умов, посилення конкурентної боротьби, з одного боку, висока швидкість старіння ринкової інформації, з другого, визначають необхідність формування нових наукових підходів до виміру та оцінки конкурентоспроможності підприємства, до повного використання потенціалів підприємств, зокрема конкурентного. Дослідження конкурентоспроможності підприємства передбачає з'ясування певного кола вимірювачів, що пропонуються в сучасній економічній теорії та практиці.

Для підприємств, які діють на території України в умовах поглиблення ринкових відносин, особливої важливості набуває проблема розробки маркетингової стратегії та визначення стратегічних напрямів їх розвитку. Перш за все, підприємству для формування ефективної маркетингової стратегії необхідно визначити та оцінити свої конкурентні позиції. Це обумовлює необхідність дослідження дефініції «конкурентна позиція», що є базовою категорією у теорії конкурентоспроможності підприємства.

Проведений аналіз фахових літературних джерел дозволив констатувати, що дослідженню дефініції поняття «конкурентна позиція підприємства» присвячено багато наукових праць, таких авторів, як: Г.Л. Азоев [1], І. Ансофф [2, 3], А.Е. Воронкова [4], Ю.О. Гарачук [5], О.А. Жамойда [6], Ю.Б. Іванов [7], І.М. Кирчата [8], Н.В. Куденко [9], В.В. Матвеев [10], І.П. Отенко [11], В.С. Пономаренко [12], Д.В. Резніченко [13], С.Б. Романишин [14], Р.А. Фатхутдинов [15], В.Г. Шинкаренко [16], В.О. Шипуліна [17]. Проте результати аналізу свідчать про неоднозначність визначення поняття конкурентної позиції підприємства.

Так, науковець Г.Л. Азоев під конкурентною позицією розуміє позицію, яку компанія займає у певній галузі відповідно до результатів своєї діяльності та зі своїми перевагами й

недоліками порівняно з конкурентами [1].

Фахівець у сфері стратегічного маркетингу Н.В. Куденко під конкурентною позицією розуміє порівняльну характеристику основних параметрів фірми щодо лідируючого конкурента. Конкурентну позицію підприємства можна розглядати і як місце корпорації на ринку товарів і послуг, які вона виробляє. Вона визначається цінами, за якими підприємство реалізує свою продукцію; географічними межами збуту; якістю товарів, які воно виробляє, чи послуг, які надає; вартісною структурою продукції; репутацією серед суб'єктів ринку тощо [9, с. 164].

На думку авторів роботи [12], конкурентна позиція підприємства є місцем в конкурентних сегментах ринку зовнішнього середовища стосовно конкурентів. Слід зазначити, що зводити це поняття виключно до ринкової частки підприємства є не досить коректним.

Конкурентна позиція – це порівняльна характеристика основних параметрів фірми щодо лідируючого конкурента. Конкурентну позицію підприємства можна розглядати і як місце корпорації на ринку товарів і послуг, які вона виробляє. Вона визначається цінами, за якими підприємство реалізує свою продукцію; географічними межами збуту; якістю товарів, які воно виробляє, чи послуг, які надає; вартісною структурою продукції; репутацією серед суб'єктів ринку тощо [9, с. 164].

Найбільш вдале трактування терміну «конкурентна позиція», на наш погляд, надане Д.В. Резніченко [13] та В.В. Матвеев [10], а саме: конкурентна позиція підприємства відображає положення підприємства, що відображає досягнутий рівень його конкурентоспроможності на конкретному сегменті ринку, завдяки адаптації конкурентного потенціалу та реалізації обраної ним конкурентної стратегії, яка створює можливості для формування нових і розвитку існуючих конкурентних переваг для подальшого функціонування на ринку.

Підходи науковців до визначення дефініції поняття «конкурентна позиція» наведено у таблиці 1. Збереженню та завоюванню нових міцних конкурентних позицій, а у подальшому забезпеченню достатнього рівня конкурентоспроможності на ринку, сприяє ефективне управління перевагами, якими володіють підприємства машинобудування порівняно з конкурентами. Підприємство в змозі перевершити своїх конкурентів у тому випадку, коли воно здатне створити певні відмінності від інших, наприклад, у вигляді більшої цінності для споживачів чи створити порівнювану з конкурентами цінність при менших витратах, та у майбутньому їх зберегти та примножити.

Український науковець Д. В. Резніченко під конкурентними перевагами розуміє сукупність засобів та компетенцій, якими володіє підприємство (регіон, галузь, країна) і які надають йому перевагу над конкурентами [13].

Таблиця 1 – Визначення дефініції поняття «конкурентна позиція»

Інформаційне джерело	Визначення
Г. Л. Азоев [1]	Під конкурентною позицією розуміє позицію, яку компанія займає у певній галузі відповідно до результатів своєї діяльності та зі своїми перевагами й недоліками порівняно з конкурентами
І. М. Кирчата, Г. В. Поясник [8, с. 43]	Конкурентна позиція – це конкретний сегмент ринку, який займає підприємство в умовах конкурентного середовища в певний момент часу відносно реальних конкурентів
Н. В. Куденко [9, с. 164]	Конкурентна позиція – це порівняльна характеристика основних параметрів фірми щодо лідируючого конкурента
В. В. Матвеев [10]	Під конкурентною позицією розуміється певне положення підприємства, що відображає досягнутий рівень його конкурентоспроможності на конкретному сегменті ринку, завдяки адаптації конкурентного потенціалу та реалізації обраної ним конкурентної стратегії, яка створює можливості для формування нових і розвитку існуючих конкурентних переваг для подальшого функціонування на ринку
В. С. Пономаренко, О. М. Тридід, М. О. Кизим [12]	Конкурентна позиція підприємства є місцем в конкурентних сегментах ринку зовнішнього середовища стосовно конкурентів
Д. В. Резніченко [13, с. 172]	Конкурентна позиція характеризує позицію підприємства (регіону, галузі, країни), що відображає досягнутий рівень його конкурентоспроможності на конкретному ринку, яка відповідає системі сформованого конкурентного потенціалу і створює можливості для подальшого функціонування на ринку задля формування нових і розвитку існуючих конкурентних переваг
С. Б. Романишин, М. М. Гагелюк, У.І. Когут [14, с. 179]	Конкурентна позиція – це позиція підприємства в галузі в порівнянні з конкурентами

Аналіз конкурентних позицій підприємства необхідно проводити для:

- розробки заходів по покращенню конкурентоспроможності;
- вибору підприємством партнера для організації спільного випуску продукції;
- залучення коштів інвестора в перспективне виробництво;
- складання програми виходу підприємства на нові ринки збуту.

Мета аналізу конкурентних позицій підприємства – визначити положення підприємства на галузевому ринку, виявити позитивні і негативні фактори, які можуть

вплинути на формування та розвиток елементів потенціалу у конкурентному середовищі.

Оцінка конкурентної позиції фірми необхідна для того, щоб розробити заходи щодо підвищення конкурентоспроможності, здійснити вибір партнера для організації спільного випуску продукції, залучити кошти інвестора в перспективне виробництво, скласти програму виходу підприємства на нові ринки збуту тощо.

Методологічною основою аналізу конкурентної ситуації є ідея ринкової частки, яка розглядається як частина ресурсів, що обертаються на ринку. Розмір частки визначає можливість впливу компанії на ринок і на конкурентів. Чим вище частка, тим ширше доступ до ресурсів, тим вигідніше їхнє розміщення і вище ступінь свободи в діяльності фірми. В залежності від величини ринкової частки, фірма може бути на ринку лідером чи аутсайдером, мати сильну чи слабку конкурентну позицію. Для аналізу стану конкуренції можуть використовуватися й інші показники, наприклад, динаміка ринкової частки фірми. Динаміка частки досить об'єктивно характеризує коло конкурентів, чиї інтереси зачіпає діяльність фірми, і цілі, які реально можуть бути поставлені і досягнуті фірмою на розглянутому ринку. Міцність конкурентної позиції фірми може оцінюватися також такими показниками: якість товару, фінансова стійкість, технологічні можливості тощо.

Основною метою для кожної фірми є забезпечення сталої конкурентної позиції, а саме можливість підтримувати досягнуту конкурентну позицію у конкурентному середовищі, забезпечувати стабільний рівень конкурентоспроможності та ефективно адаптуватися до змін факторів зовнішнього середовища, на які фірма не може впливати. Систематична оцінка конкурентної позиції фірми порівняно з основними конкурентами – важливий етап в аналізі стану підприємства. Саме тому визначення підходів до оцінювання конкурентних позицій підприємства має особливу актуальність.

Збереженню та завоюванню нових міцних конкурентних позицій, а у подальшому забезпечення достатнього рівня конкурентоспроможності на ринку, сприяє ефективне управління перевагами, якими володіють підприємства машинобудування порівняно з конкурентами. Підприємство в змозі перевершити своїх конкурентів у тому випадку, коли воно здатне створити певні відмінності від інших, наприклад, у вигляді більшої цінності для споживачів чи створити порівнювану з конкурентами цінність при менших витратах, та у майбутньому їх зберегти та примножити. Д. В. Резніченко під конкурентними перевагами розуміє сукупність засобів та компетенцій, якими володіє підприємство (регіон, галузь, країна) і які надають йому перевагу над конкурентами [13].

На думку Р.А. Фатхутдінова, «конкурентна перевага – яка-небудь ексклюзивна цінність, якою володіє система і яка дає їй перевагу перед конкурентами. Цінність – особливий зміст системи, який вона прагне зберегти або мати» [15]. Висока

конкурентоздатність підприємства обумовлюється наявністю наступних трьох ознак:

- споживачі задоволені й готові купити повторно продукцію цієї фірми (споживачі повертаються, а товару немає);
- суспільство, акціонери, партнери не мають претензій до фірми;
- працівники пишаються своєю участю в діяльності фірми, а сторонні вважають за честь трудитися в цій компанії.

Для забезпечення рівня конкурентоспроможності на ринку підприємство повинно мати конкурентні переваги. Конкурентні переваги – це такі характеристики, які забезпечують підприємству перевагу над прямими конкурентами. Компанія може обійти своїх конкурентів, тільки якщо вона здатна забезпечити собі певну відмінність від інших, яку зможе в майбутньому зберегти. Така відмінність має забезпечити більшу цінність для споживачів або створити порівнювану з конкурентами цінність при менших витратах. Конкурентні переваги забезпечуються наступними факторами: матеріальними або віртуальними; зовнішніми і внутрішніми; базовими або другорядними; направлені на підвищення якості об'єкту по стадіях його життєвого циклу (ресурсозбереження, зниження матеріаломісткості, трудомісткості, енергомісткості); стратегічними або тактичними; технічними, економічними, організаційними, психологічними, природно-кліматичними; спадковими або набутими. Діагностика наявності конкурентних переваг підприємства та їх стійкість визначаються на основі аналізу інформації про показники основних видів діяльності підприємства та його конкурентів і порівнянні цих даних та аналізу конкурентної позиції підприємства на ринку. Вимірником конкурентної позиції підприємства на ринку є конкурентний статус підприємства, визначаючи цей показник як рентабельність капітальних стратегічних вкладень, відкориговану на ступінь оптимальності стратегії підприємства і ступінь відповідності потенціалу підприємства цій оптимальній стратегії. Отже, конкурентний статус підприємства – це складова логічного взаємозв'язку основних характеристик конкуренції підприємств – конкурентоспроможності підприємства і конкурентних переваг підприємств.

Таким чином, результати проведених досліджень дозволяють визначити конкурентну позицію підприємства як рівень його конкурентоспроможності на конкретному ринку, яка відповідає системі сформованого конкурентного потенціалу і створює можливості для подальшого функціонування на ринку з метою формування нових і розвитку існуючих конкурентних переваг.

### **Перелік літератури**

1. Азоев, Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика [Текст] / Г.Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.

2. Ансофф, И. Новая корпоративная стратегия [Текст] / И. Ансофф.– СПб. : Питерком,1999. – 416 с.
3. Ансофф, И.А. Стратегическое управление [Текст] / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – 520 с.
4. Воронкова, А.Е. Моделювання управління конкурентоспроможністю підприємства: еколого-організаційний аспект [Текст] : монографія / А.Е. Воронкова, С.К. Рамазанов, О.В. Радіонов. – Луганськ : Вид-во СНУ ім. Даля, 2005. – 368 с.
5. Гарачук, Ю.О. Підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок конкурентоспроможності [Текст] / Ю.О. Гарачук // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 2(80). – С. 60–65.
6. Жамойда, О.А. Методичні особливості визначення конкурентоспроможності промислового підприємства [Текст] / О.А. Жамойда // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 1. – С. 110–118.
7. Иванов, Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток [Текст] / Ю.Б. Иванов, П.А. Орлов, О.Ю. Иванова; НАН України, Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку. – Х. : ІНЖЕК, 2008. – 352 с.
8. Кирчата, І.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства в глобальному середовищі [Текст] : монографія / І.М. Кирчата, Г.В. Поясник. – Харків: ХНАДУ, 2009. – 160 с.
9. Куденко, Н.В. Стратегічний маркетинг [Текст]: навч. посібник / Н.В. Куденко. – К. : КНЕУ,1998. – 152 с.
10. Матвеев, В.В. Система понять, які характеризують конкурентний стан підприємства [Текст] / В.В. Матвеев // Інтелект ХХІ. – 2014. – № 2. – С. 55–62.
11. Отенко, І.П. Управління конкурентними перевагами підприємства [Текст] / І.П. Отенко, Є.О. Полтавська. – Х. : ХНЕУ, 2005. – 212 с.
12. Пономаренко, В.С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи [Текст] : монографія / В.С. Пономаренко, О.М. Тридід, М.О. Кизим. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2003. – 328 с.
13. Резніченко, Д.В. Категоріальний апарат конкурентоспроможності соціально-економічної системи [Текст] / Д.В. Резніченко // Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». – 2012. – № 8. – С.171–175.
14. Романишин, С.Б. Система понять, які характеризують конкурентний стан підприємства [Текст] / С.Б. Романишин, М.М. Гагелюк, У.І. Когут // Науковий вісник НЛТУ. – 2009. – № 19(1) – С.174–181.
15. Фатхутдинов, Р.А. Конкурентоспособность организации в условия кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент [Текст] : монография / Р.А. Фатхутдинов. – М. : Маркетинг, «Дашков и Со», 2002. – 892 с.

16. Шинкаренко, В.Г. Управление конкурентоспособностью предприятия [Текст] / В. Г. Шинкаренко, А.С. Бондаренко. – Харьков: Изд. ХНАДУ, 2003. – 188 с.
17. Шипуліна, В.О. Оцінка конкурентних позицій підприємства на ринку [Текст] / В.О. Шипуліна, В.Є. Майборода // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 4. – Т.2. – С. 99–102.

Наукове видання

**МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ ТА  
НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ  
ЕКОНОМІЧНИМИ ТА ТЕХНІЧНИМИ СИСТЕМАМИ**

монографія

За загальною редакцією

доктора технічних наук, професора В.О. Тимофєєва  
доктора технічних наук, професора І.В. Чумаченко

Підп. до друку 03.09.18. Формат 60x84 1/16. Умов. друк. арк. 18,25.  
Тираж 300 прим. Ціна договірна.

Свідоцтво серії ДК № 4847 від 06.02.2015 р.  
м. Харків, вул. Жон Мироносиць, 10, оф. 6,  
тел. +38(057)714-06-74, +38(050)976-32-87  
[copy@vlavke.com](mailto:copy@vlavke.com)

Віддруковано в типографії ФОП Андрєєв К.В.  
61166, Харків, вул. Серпова, 4  
Свідоцтво про державну реєстрацію  
№24800170000045020 від 30.05.2003 р.  
[er.zakaz@gmail.com](mailto:er.zakaz@gmail.com)  
тел. 063-993-62-73