

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЛАРИНА КАТЕРИНА ВОЛОДИМИРІВНА

УДК 658.58 (043.3)

**УПРАВЛІННЯ ТЕХНІЧНИМ ПЕРЕОЗБРОЄННЯМ ПІДПРИЄМСТВА
НА ОСНОВІ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ**

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Харків – 2008

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Харківському національному економічному університеті
Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор
Тімонін Олександр Михайлович,
Харківський національний економічний університет,
професор кафедри менеджменту

Офіційні опоненти – доктор економічних наук, професор
Орлов Петро Аркадійович,
Харківський національний економічний університет,
завідувач кафедри економіки і маркетингу

кандидат економічних наук, доцент
Мельникова Марина Віталіївна,
Інститут економіки промисловості НАН України,
старший науковий співробітник відділу
проблем економіки підприємств

Захист відбудеться «03» липня 2008 р. о 13-00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради,
шифр Д 64.055.01, у Харківському національному економічному університеті за адресою: 61001,
м. Харків, пр. Леніна, 9-а.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Харківського національного економічного
університету за адресою: 61001, м. Харків, пров. Інженерний, 1-а.

Автореферат розісланий «02» червня 2008 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

О. М. Ястремська

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Необхідність інтеграції України у високотехнологічне світове середовище потребує активізації процесів оновлення основного капіталу підприємств через зміни в його структурі на користь інноваційної техніки і технологій. Тому актуальним є питання управління технічним переозброєнням виробництва для забезпечення можливості розширеного відтворення основних виробничих фондів на основі інтенсифікації з урахуванням попиту споживачів на певні види продукції. Це вимагає використання маркетингового підходу до управління технічним переозброєнням виробництва для забезпечення процесу технічного розвитку підприємства за рахунок реалізації таких варіантів технічного переозброєння, які дозволять ефективно використовувати внутрішні та зовнішні можливості підприємства. Вирішення цього завдання потребує розробки науково-методичного забезпечення управління технічним переозброєнням.

Питанням економічних проблем управління технічним та інноваційним розвитком промислових підприємств присвячені роботи таких учених, як В. П. Александрова, О. І. Амоша, М. А. Віленський, В. М. Гончаров, О. П. Градов, Б. М. Гринчель, В. М. Гриньова, А. М. Золотарьов, М. О. Кизим, Д. С. Львов, М. В. Мельникова, Л. І. Нейкова, П. А. Орлов, В. С. Пономаренко, С. Г. Селіванов, Д. М. Черваньов, М. Г. Чумаченко та ін.

Багато зарубіжних і вітчизняних учених, серед яких І. М. Акімова, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, М. Мак-Дональд, Дж. О'Шоннесі, І. Л. Решетнікова, О. М. Тімонін та ін., приділяють увагу дослідженню теоретичних основ маркетингу та проблемам маркетингового управління підприємством.

Однак у численних працях учених не достатньо повно розглянуто використання концепції маркетингу для управління технічним переозброєнням виробництва. Це стосується необхідності врахування факторів зовнішнього середовища при прийнятті рішень щодо визначення напрямків і масштабів технічного переозброєння. Важливою складовою удосконалення управління технічним переозброєнням є визначення причинно-наслідкових зв'язків між організаційно-технічним рівнем виробництва й результатами діяльності підприємства на основі економіко-математичного моделювання. Наукова і практична актуальність зазначених питань визначили вибір теми дисертаційного дослідження, його мету і завдання.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційну роботу виконано відповідно до планів науково-дослідних робіт Харківського національного економічного університету, що проводилися на кафедрі менеджменту за темами: «Концепція управління в умовах транзитивної економіки» (№ ДР 0105U003089), в рамках якої автором підготовлено підрозділ «Економічні особливості технічного переозброєння підприємств на сучасному етапі»; «Управління адаптацією підприємств в умовах економічної інтеграції» (№ ДР 0105U006402), за якою особисто автором підготовлено розділ «Управління технічним переозброєнням підприємства на основі концепції маркетингу».

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є теоретичне обґрунтування та розроблення методичних і практичних рекомендацій щодо забезпечення управління технічним переозброєнням підприємства машинобудування з урахуванням маркетингового підходу.

Для досягнення загальної мети були поставлені такі завдання:

уточнити визначення понять «технічне переозброєння виробництва» і «організаційно-технічний рівень виробництва»;

провести дослідження системи управління технічним переозброєнням виробництва в рамках системи технічного розвитку;

розкрити об'єктивний характер змін змісту управління технічним переозброєнням підприємства в умовах ринкової економіки та довести необхідність управління технічним переозброєнням на основі концепції маркетингу;

уточнити основні етапи процесу управління технічним переозброєнням;

проаналізувати методичні рекомендації щодо оцінки задоволеності споживачів продукцією промислового підприємства та провести оцінку задоволеності для визначення пріоритетних організаційно-технічних заходів щодо покращення ринкової пропозиції підприємства за вдосконаленою методикою оцінювання;

визначити тенденції в процесах оновлення основного капіталу підприємств промисловості Харківської області;

обґрунтувати послідовність вибору варіантів технічного переозброєння виробництва;

розробити методичний підхід до комплексної оцінки організаційно-технічного рівня виробництва;

обґрунтувати та розробити методичний підхід для вибору масштабів і напрямків технічного переозброєння на основі визначення причинно-наслідкових зв'язків між технікою, технологією й організацією виробництва та результатами діяльності підприємства.

Об'єкт дослідження – процес управління технічним переозброєнням промислового підприємства.

Предмет дослідження – теоретичні положення і науково-методичні підходи до управління технічним переозброєнням виробництва машинобудівних підприємств на основі вибору його масштабів, напрямків і варіантів.

Методи дослідження. Теоретичною та методологічною основою дослідження стали теоретичні положення економічної науки щодо розширеного відтворення основного капіталу, праці провідних вітчизняних і зарубіжних вчених з економіки технічного розвитку та інноваційної діяльності, стратегічного управління підприємством та маркетингу.

Обґрунтованість отриманих результатів забезпечено використанням таких наукових методів: *аналізу і синтезу* – для розкриття сутності категорій «технічне переозброєння діючого виробництва», «організаційно-технічний рівень»; *статистичного аналізу* – для групування, порівняння, оцінки та інтерпретації фактичних даних щодо тенденцій оновлення основного капіталу промисловості України і Харківського регіону; *логічного узагальнення* – для визначення факторів, що впливають на обсяг і структуру випуску продукції; *системного аналізу* – для визначення основних параметрів системи управління технічним переозброєнням виробництва; *анкетування* – для проведення опитування споживачів щодо їх задоволеності продукцією підприємства; *таксономічного аналізу* – для комплексної оцінки організаційно-технічного рівня виробництва; *багатофакторного кореляційно-регресійного аналізу* – для оцінки кількісного впливу складових організаційно-технічного рівня виробництва на ефективність виробництва і маркетингової діяльності; *структурного моделювання* – для побудови моделі зв'язку між показниками організаційно-технічного рівня виробництва і маркетингової діяльності та обсягом реалізації продукції; *нейронних мереж* – для прогнозування обсягів продажів продукції.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в розробці і обґрунтуванні теоретичних положень, методичних підходів та практичних рекомендацій щодо управління технічним переозброєнням машинобудівного підприємства з урахуванням маркетингового підходу.

Удосконалено:

методичний підхід до вибору масштабів і напрямків технічного переозброєння, який на відміну від існуючих: базується на структурному моделюванні та прогнозуванні з використанням нейронних мереж, передбачає побудову моделі зв'язку між показниками організаційно-технічного рівня виробництва і маркетингової діяльності та обсягом реалізації продукції, на основі якої визначаються напрямки переозброєння для забезпечення їх відповідності прогнозованому обсягу виробництва;

методичний підхід до комплексної оцінки організаційно-технічного рівня виробництва, який відрізняється від існуючих тим, що здійснюється у взаємозв'язку з оцінкою маркетингової діяльності через систему показників, які зводяться до однієї синтетичної ознаки таксономічним методом;

процес управління технічним переозброєнням виробництва шляхом визначення його етапів, які передбачають: стратегічний аналіз, у межах якого здійснюється оцінка задоволеності споживачів продукцією та показниками діяльності підприємства (на основі вдосконаленої методики оцінювання, що враховує залежність лояльності споживачів від оцінок їх задоволеності), та комплексна оцінка організаційно-технічного рівня виробництва і маркетингової діяльності; прогнозування попиту на продукцію підприємства;

методичний підхід до визначення варіантів технічного переозброєння, особливістю якого є врахування основних типових завдань технічного розвитку виробництва і тенденцій попиту на продукцію, що дозволяє обирати найбільш ефективний варіант й коригувати його реалізацію на основі програмно-цільового методу.

Дістали подальшого розвитку:

визначення поняття «технічне переозброєння діючого виробництва» як форми інтенсифікації виробництва, яке на відміну від існуючих висвітлює необхідність зміни цільової спрямованості процесу технічного переозброєння для забезпечення конкурентоспроможності підприємства за рахунок підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності та задоволеності споживачів продукцією;

система управління технічним переозброєнням виробництва, особливістю якої є визначення стратегічних і тактичних цілей переозброєння з позиції стратегічного й тактичного маркетингу, принципів, функцій та методів управління технічним переозброєнням з урахуванням маркетингового підходу до управління.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що використання на підприємствах машинобудування запропонованих науково-практичних розробок забезпечує обґрунтований вибір масштабів і напрямків технічного переозброєння з урахуванням переважних тенденцій на ринку. Пропозиції автора щодо комплексної оцінки організаційно-технічного рівня виробництва у взаємозв'язку з оцінкою маркетингової діяльності використано у виробничо-господарській діяльності ЗАТ «Інститут Укроргверстатінпром» (довідка № 98 від 17.05.2007 р.). Методичний підхід до оцінки ступеня задоволеності споживачів та результати математичного моделювання, які використовуються для вибору масштабів і напрямків технічного переозброєння, впроваджено в роботу ВАТ «ХЕЛЗ «Укрелектромаш» (довідка № 315 від 20.05.2007 р.).

Особистий внесок здобувача в роботах, що виконані у співавторстві, полягає у такому (в дужках вказано номери праць за списком, який подано в авторефераті): в роботі [3] обґрунтовано необхідність здійснення стратегічного управління промисловим підприємством на основі концепції маркетингу, визначено зміст завдань маркетингового управління підприємством за напрямками діяльності; в роботі [4] запропоновано схему вибору варіанту технічного переозброєння та розглянуто процес його формування на прикладі машинобудівного підприємства; в роботі [6] сформована система показників організаційно-технічного рівня, ефективності виробництва і маркетингової діяльності, визначено їх еталонні значення та проведено комплексну оцінку організаційно-технічного рівня виробництва за даними машинобудівного підприємства; в роботі [9] запропоновано визначення категорій «технічне переозброєння діючого виробництва» й «організаційно-технічний рівень виробництва», на основі концепції маркетингу розкрито стратегічні і тактичні цілі технічного переозброєння; в роботі [11] визначено особливості технічного переозброєння виробництва в ринкових умовах.

Апробація результатів дисертації. Основні положення і висновки, викладені в дисертації, доповідалися на 6 міжнародних науково-практичних конференціях, а саме: «Динаміка наукових досліджень» (м. Дніпропетровськ, 2004); «Проблеми організації та планування інноваційної діяльності підприємств» (м. Харків, 2005); «Проблеми інноваційно-структурних перетворень в Україні» (м. Харків, 2005); «Сучасні економічні проблеми розвитку промислових підприємств» (м. Харків, 2006); «Економіка і маркетинг в ХХІ сторіччі» (м. Донецьк, 2006); «Актуальні проблеми управління економічними процесами промислових підприємств» (м. Харків, 2006).

Публікації. За результатами дослідження опубліковано 11 робіт, з них 9 – статті у наукових виданнях, що визначені ВАК України фаховими з економіки, 2 – тези доповідей на науково-практичних конференціях. Загальний обсяг публікацій за темою дисертації складає 4,71 ум.-др. арк., з яких здобувачеві належить 3,21 ум.-др. арк.

Структура та обсяг роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, додатків і списку використаних джерел та викладена на 276 сторінках. Основний текст дисертації, який включає 22 таблиці, з них 3 займають 5 повних сторінок, та 48 рисунків, з яких 9 розміщено на 9 повних сторінках, викладено на 165 сторінках. 14 додатків займають 79 сторінок, список використаних джерел, що налічує 181 найменування, подано на 18 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У вступі обґрунтовано актуальність теми дисертації, визначено її мету, завдання, об'єкт, предмет, теоретичні та методологічні основи дослідження, відображено наукову новизну і практичне значення одержаних результатів.

У першому розділі – «Теоретичні основи управління технічним переозброєнням підприємства на сучасному етапі розвитку економіки» – визначено сутність категорій «технічне переозброєння виробництва» й «організаційно-технічний рівень виробництва», виділено основні складові системи управління технічним переозброєнням виробництва, обґрунтовано роль концепції маркетингу в управлінні технічним переозброєнням виробництва, уточнено основні етапи процесу управління технічним переозброєнням.

Технічний розвиток виступає важливим фактором забезпечення розширеного відтворення основних виробничих фондів (ОВФ), а також підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку. Найбільш важливу роль у процесі технічного розвитку відіграють реконструкція і технічне переозброєння, які належать до основних способів інтенсифікації діючого виробництва.

На підставі дослідження визначень категорії «технічне переозброєння виробництва» було зроблено висновок про існування двох підходів: перший полягає в розумінні технічного переозброєння як форми відтворювальної структури капіталовкладень, а другий – як форми реалізації досягнень НТП. В дисертаційній роботі запропоновано розуміти технічне переозброєння як форму інтенсифікації виробництва та особливий акцент зроблено на необхідність зміни цільової спрямованості цього процесу з урахуванням концепції маркетингу.

Технічне переозброєння діючого виробництва – це форма його інтенсифікації, яка передбачає реалізацію комплексу організаційно-технічних заходів, спрямованих на якісне оновлення активної частини основних виробничих фондів підприємства, підвищення техніко-економічного рівня виробництва з метою досягнення стратегічних і тактичних цілей переозброєння та підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Реалізація заходів технічного переозброєння виробництва значною мірою впливає на організаційно-технічний рівень виробництва (ОТРВ) і динаміку показників, які його характеризують. ОТРВ пропонується розглядати як ступінь розвитку техніки і технології виробництва, рівень прогресивності форм та методів його організації, потенціал розвитку інших складових рівня виробництва, а саме соціально-економічної ефективності і технічного рівня продукції. Тобто ОТРВ – це основна складова техніко-економічного рівня виробництва. Шляхи підвищення ОТРВ формуються під впливом сучасних досягнень НТП, пов'язані з інноваційною діяльністю підприємства і сприяють задоволенню ринкових потреб.

Враховуючи маркетинговий підхід до управління, доведено необхідність цільової спрямованості технічного переозброєння на досягнення стратегічних і тактичних цілей, які повинні узгоджуватись з цілями технічного розвитку підприємства і сприяти підвищенню його конкурентоспроможності.

На основі визначення ролі стратегічного і тактичного маркетингу в управлінні технічним переозброєнням підприємства було виділено два види цілей технічного переозброєння: стратегічні, які полягають у тому, щоб сформуванати таку структуру і взаємозв'язки основних

виробничих фондів, яка б забезпечила можливість стратегічного зростання підприємства за рахунок використання нових ринкових можливостей, потенціалу стратегічних бізнес-одиниць і задоволення нових потреб, а також конкурентоспроможність при формуванні та диверсифікації виробничої програми; тактичні – пов’язані з забезпеченням високого рівня ефективності діяльності, ліквідації диспропорцій у технічній озброєності ланок виробництва і підвищенням якості продукції для максимального задоволення потреб споживачів на існуючих сегментах ринку.

Під управлінням технічним переозброєнням діючого виробництва автор пропонує розуміти систему послідовних дій, які включають стратегічний аналіз, прогнозування, планування та прийняття обґрунтованих рішень щодо напрямків і масштабів технічного переозброєння, відповідних поставленим стратегічним цілям, ресурсним і ринковим можливостям підприємства.

Основне завдання ефективного управління технічним переозброєнням виробництва полягає в прийнятті рішень щодо вибору його варіанта, реалізація заходів якого повинна забезпечити внесення змін в організаційно-технічний рівень для спроможності підприємства виробляти таку номенклатуру продукції, яка б забезпечувала високий рівень споживчої задоволеності порівняно з товарами конкурентів.

Складові системи управління технічним переозброєнням наведено на рис. 1, а основні етапи процесу управління технічним переозброєнням зазначені на рис. 2.

Розробка та використання системи управління технічним переозброєнням виробництва на основі концепції маркетингу дозволить підвищити ефективність процесів якісного оновлення основного капіталу промислових підприємств, забезпечити їх здатність до адаптивних перетворень у техніці, технології та організації виробництва, що буде сприяти задоволенню ринкових потреб і підвищенню рівня конкурентоспроможності підприємств на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Суб'єкт управління	Об'єкт управління
Команда з технічного переозброєння (представники всіх функціональних підрозділів)	Процес якісного оновлення активної частини основних виробничих фондів
Цілі управління	
Стратегічні	Тактичні
<ul style="list-style-type: none"> • формування гнучкої структури основних виробничих фондів, адаптованої до умов ринку; • забезпечення технічної підготовки виробничих потужностей для здійснення диверсифікації; • упровадження інноваційної техніки і технологій для задоволення нових потреб, поява яких прогнозується на ринку 	<ul style="list-style-type: none"> • зростання виробничих потужностей для задоволення зростаючого попиту на продукцію або їх підтримка у зв'язку з вибуттям фондів; • оновлення видів і підвищення якості продукції; • підвищення ОТРВ і зниження собівартості продукції; • ліквідація нерівномірності технічної озброєності спряжених технологічних операцій
Функції управління	
<ul style="list-style-type: none"> • <i>стратегічний аналіз</i> (аналіз зовнішнього середовища і тенденцій ринку, оцінка споживчої задоволеності продукцією, аналіз виробничо-технічних та фінансових можливостей підприємства, комплексна оцінка організаційно-технічного рівня виробництва); • <i>прогнозування</i> (прогноз обсягів реалізації продукції та змін у структурі її випуску); • <i>планування</i> (визначення напрямків технічного переозброєння, необхідних для досягнення поставлених цілей, оцінка альтернативних варіантів на основі моделювання, узгодження вибраних заходів в межах комплексної програми технічного розвитку виробництва); • <i>організація</i> (координація дій щодо реалізації заходів між підрозділами підприємства); • <i>мотивація</i> команди з технічного переозброєння для ефективної реалізації програми і досягнення поставлених цілей; • <i>контроль</i> за реалізацією заходів та оцінка їх ефективності для подальшого коригування 	
Методи управління	
<ul style="list-style-type: none"> • програмно-цільовий метод розробки і реалізації комплексних цільових програм технічного переозброєння виробництва; • таксономічний метод для комплексної оцінки організаційно-технічного рівня виробництва; • прогнозування на основі нейронних мереж; • метод багатofакторного кореляційно-регресійного аналізу; • структурне моделювання; • прості і динамічні методи оцінки ефективності інвестицій у технічне переозброєння 	
Принципи управління	
<ul style="list-style-type: none"> • принцип доцільності функціонування (визначення досяжних результатів функціонування та забезпечення відповідності процесів у системі управління технічним переозброєнням формі прояву причинно-наслідкових зв'язків); • принцип розвитку (здійснення трансформацій у системі для досягнення цілей); • принцип декомпозиції цілей підприємства (формування цілей технічного переозброєння на основі ієрархії цілей підприємства); • принцип технологічної спадкоємності (техніку і технологію діючого виробництва необхідно розглядати не як обмеження, а як потенціал для подальшого розвитку нових напрямків на основі технологічної спадкоємності); • гнучкість (через організаційно-технічні зміни у виробництві слід забезпечити спроможність підприємства оновлювати номенклатуру продукції для зростання конкурентоспроможності продукції та підприємства) 	

Рис. 1. Складові системи управління технічним переозброєнням виробництва

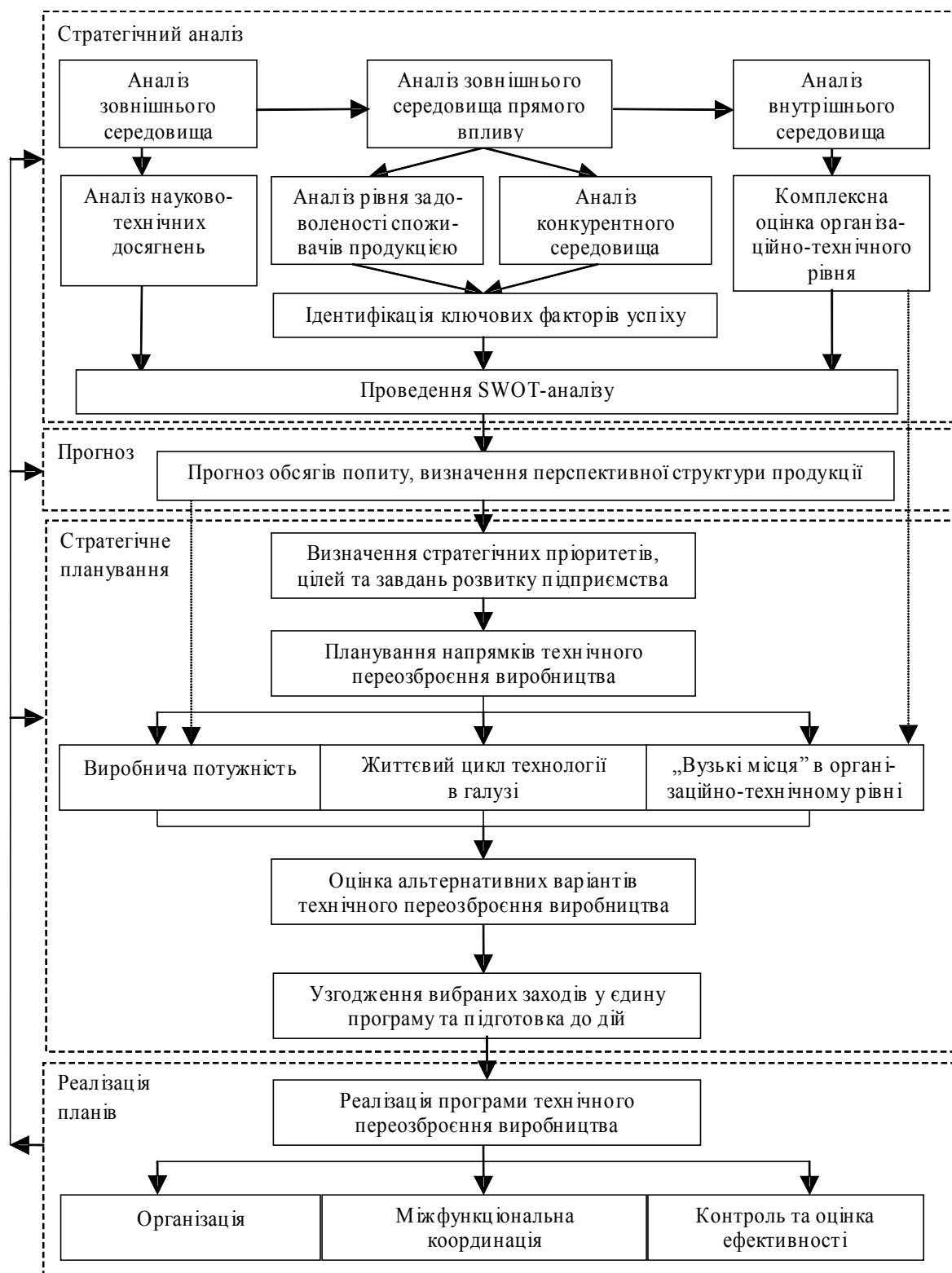


Рис. 2. Основні етапи процесу управління технічним переозброєнням виробництва

У другому розділі – «Аналіз ринкових і виробничо-технічних можливостей промислових підприємств» – проаналізовано методичні рекомендації щодо оцінки задоволеності споживачів продукцією підприємства та проведено оцінювання задоволеності за вдосконаленою методикою для визначення пріоритетних організаційно-технічних заходів, визначено тенденції процесів оновлення основного капіталу в промисловості Харківської області, вдосконалено методичний підхід до визначення варіантів технічного переозброєння виробництва.

Визначення цілей і пріоритетних напрямків технічного переозброєння виробництва пропонується здійснювати на базі аналізу задоволеності споживачів основними атрибутами

продукції та показниками діяльності підприємства, що дозволить отримати своєчасну інформацію щодо тенденцій змін у існуючих потребах споживачів і появи нових.

На підставі узагальнення існуючих методичних рекомендацій щодо оцінки задоволеності споживачів було запропоновано враховувати залежність лояльності споживачів (Z) від середньої кількості балів оцінювання задоволеності J -тим параметром (\bar{x}_j) та важливості J -того параметра (\bar{y}_j). Функція цієї залежності наведена на рис. 3.

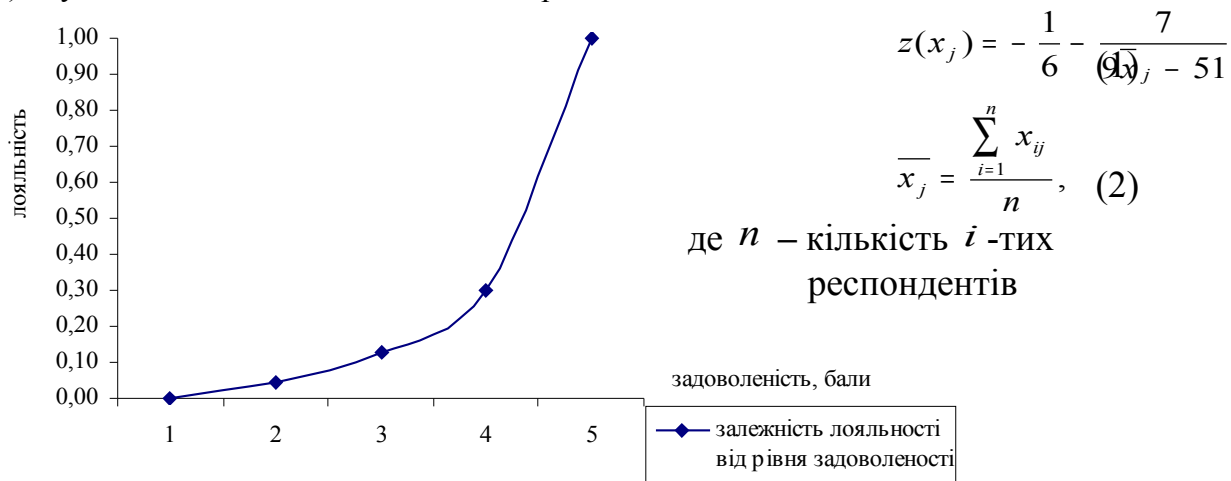


Рис. 3. Залежність лояльності споживачів від рівня їх задоволеності на конкурентних ринках

Маючи цю залежність, можливо розрахувати фактичний ($z(x_j)$) та бажаний ($z(y_j)$) рівень лояльності споживачів за середніми значеннями бальних оцінок задоволеності (\bar{x}_j) та важливості параметрів (\bar{y}_j), які були визначені за даними кількісного опитування, в ході якого 50 споживачів АТ «ХарП» і 19 ЗАТ «Станкінпром» оцінили рівень задоволеності атрибутами продукції та показниками маркетингової діяльності, а також рівень важливості цих параметрів за 5-бальною шкалою.

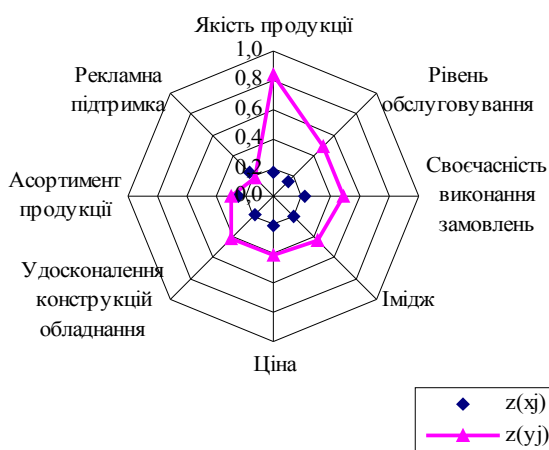
Вибір параметрів для аналізу здійснено на основі узагальнення точок зору авторів на атрибути продукції й показники маркетингової діяльності, які оцінюють споживачі, а також з урахуванням специфіки діяльності підприємств. В результаті опитування споживачів машинобудівних підприємств на основі запропонованої залежності (рис. 3) побудовані пелюсткові діаграми оцінок задоволеності і важливості 8 параметрів (рис. 4). Оцінка надійності результатів опитування здійснювалася на основі розрахунку коефіцієнта конкордації, який для ЗАТ «Станкінпром» дорівнює 1, а для АТ «ХарП» – 0,901.

Також було запропоновано розраховувати інтегральний показник задоволеності всіма параметрами оцінювання за формулою:

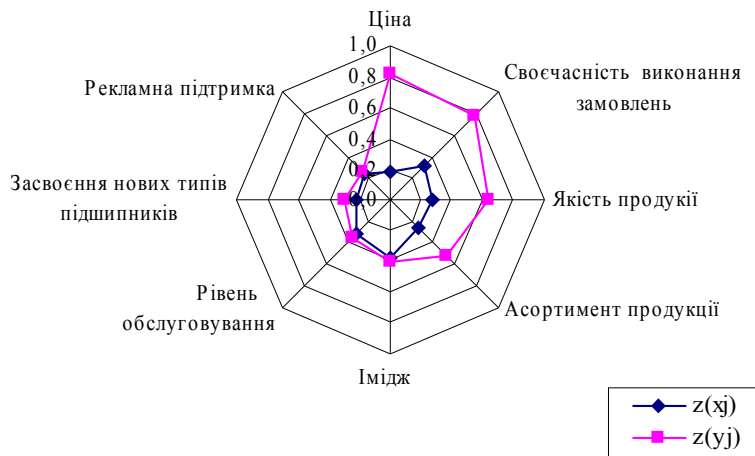
$$I = \frac{\overline{z(x_j)}}{\overline{z(y_j)}} \times 100\%, \quad (3)$$

де $\overline{z(x_j)}$ – середнє значення фактичної задоволеності за J -тими параметрами оцінювання, розраховане з урахуванням лояльності;

$\overline{z(y_j)}$ – середнє значення бажаної лояльності за J -тими параметрами оцінювання.



ЗАТ «Станкінпром»



АТ «ХарП»

Рис. 4. Пелюсткові діаграми, побудовані на основі залежності лояльності споживачів від рівня їх задоволеності

Застосування запропонованого підходу дозволило розрахувати інтегральний показник задоволеності споживачів (I), який для ЗАТ «Станкінпром» дорівнює 45,2%, а для АТ «ХарП» – 54,2%. На підставі аналізу споживчої задоволеності визначаються пріоритетні організаційно-технічні заходи, які необхідно здійснити для покращення тих атрибутів продукції і показників маркетингової діяльності, що мають значну важливість для споживачів та низький рівень задоволеності.

Аналіз основних тенденцій оновлення основного капіталу підприємств промисловості Харківської області за 2000–2006 роки дозволив зробити наступні висновки: знос основних виробничих фондів продовжує зростати і знаходиться на рівні 60%, що потребує оновлення фондів на основі інтенсифікації. Починаючи з 2000 року відбулося зростання інвестицій в основний капітал, значна питома вага в обсязі яких спрямовувалась на технічне переозброєння діючого виробництва. Але частка витрат на інноваційну техніку та технологію у витратах на технічне переозброєння виробництва не перевищує 30%, що свідчить про переважаючий обсяг інвестицій у техніку і технологію з незмінними характеристиками та продовження домінування інвестицій у виробництво третього технологічного укладу.

З 2004 року намітилися негативні тенденції, внаслідок яких відбулося: скорочення інвестицій в основний капітал; зниження обсягів фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств; зменшення частки капіталовкладень у технічне переозброєння виробництва при одночасному зростанні капіталовкладень в екстенсивні форми відтворення ОВФ.

Зменшення інноваційних витрат на виробниче проектування і придбання обладнання свідчить про уповільнення якісного оновлення активної частини ОВФ машинобудівних підприємств регіону. Отже, проблема технічного переозброєння діючого виробництва залишається дуже актуальною.

Планування напрямків і варіантів переозброєння виступає важливою функцією в системі управління технічним переозброєнням виробництва. Тому в роботі запропоновано методичний підхід до вибору варіантів технічного переозброєння промислових підприємств. Стратегічне планування та вибір варіантів технічного переозброєння пропонується здійснювати відповідно до типових завдань технічного розвитку. З метою адаптації виробничої системи до умов ринку необхідно визначити сукупність заходів із реалізації напрямків технічного переозброєння виробництва, виходячи з наявних ресурсів і ринкових умов.

Можливий варіант технічного переозброєння виробництва промислового підприємства визначено як комплекс заходів, спрямованих на ліквідацію невідповідностей між структурою та

обсягами випуску продукції і виробничою потужністю за всіма технологічними ланками виробничого процесу з урахуванням запитів споживачів до атрибутів продукції.

В умовах ринку найбільш ефективним для планування варіантів технічного переозброєння є програмно-цільовий підхід, який дає можливість створити реальне підґрунття щодо вибору комплексу заходів для їх реалізації в межах програми технічного переозброєння залежно від поставлених цілей, ринкових можливостей і оцінки економічної ефективності використання ресурсів, а також коригувати заходи відповідно до досягнутих результатів і змін у зовнішньому середовищі.

Схема прийняття рішень щодо вибору варіантів технічного переозброєння з урахуванням ринкових умов зображена на рис. 5.

У третьому розділі – «Методичний підхід до визначення масштабів і напрямків технічного переозброєння виробництва» – запропоновано методичний підхід до комплексної оцінки організаційно-технічного рівня виробництва в комплексі з оцінкою ефективності виробничої і маркетингової діяльності, на основі структурного моделювання побудовано модель зв'язку між показниками організаційно-технічного рівня виробництва і маркетингової діяльності та обсягом реалізації продукції, за якою визначаються масштаби і напрямки технічного переозброєння виробництва для забезпечення їх відповідності прогнозованому обсягу реалізації продукції, який отримується з використанням нейронних мереж.

На підставі узагальнення запропонованих в економічній літературі показників та підходів до оцінки ОТРВ сформована система показників, яка згрупована за чотирма складовими залежно від об'єкта аналізу: організаційний рівень виробництва (I_1), технічна озброєність виробництва і праці (I_2), динаміка і технічний стан ОВФ (I_3), техніко-економічний рівень обладнання (I_4). Окремо виділено групу показників, що характеризують ефективність використання ресурсів (I_{ef}) і маркетингову діяльність ($I_{мар}$).

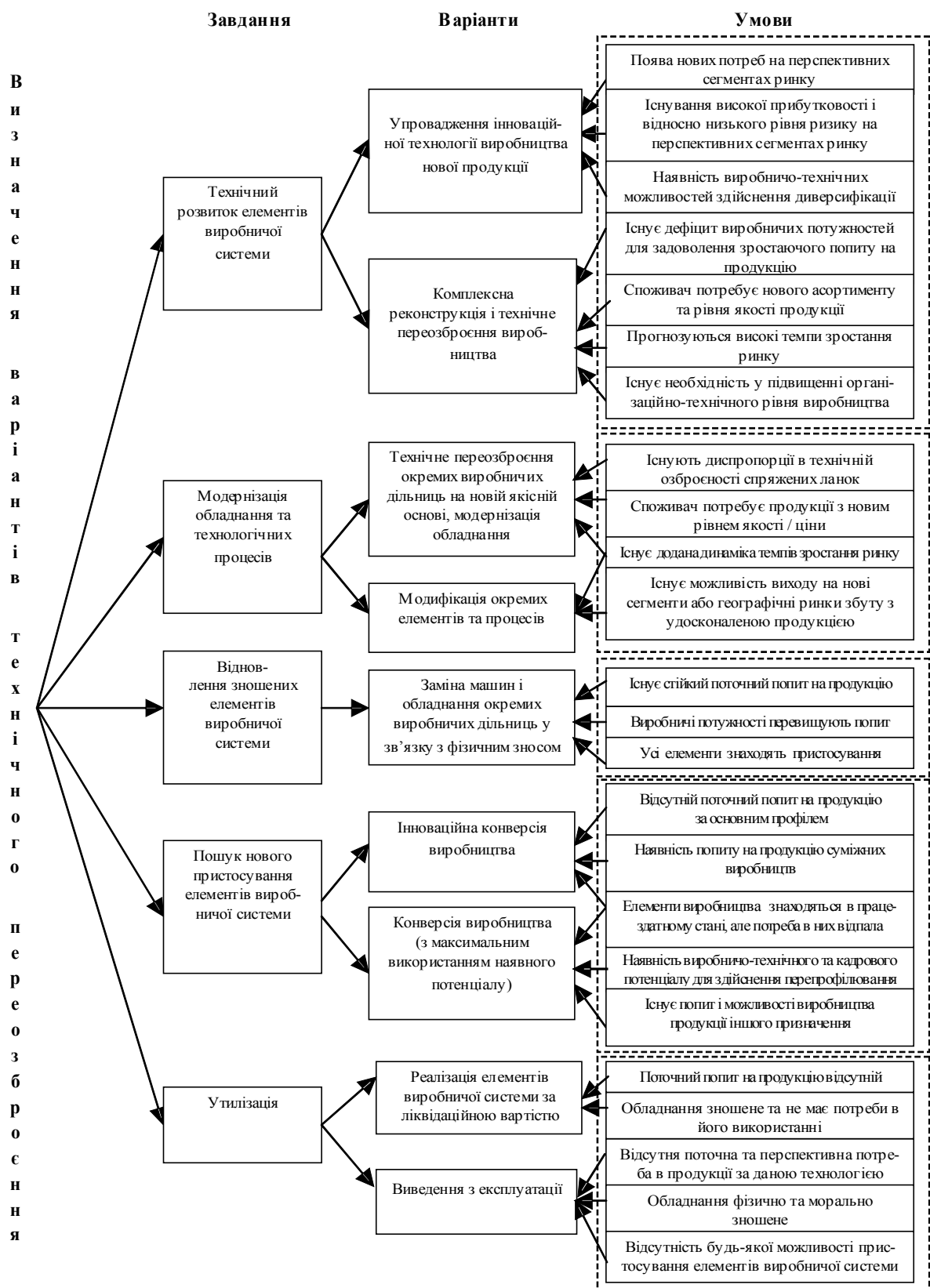


Рис. 5. Схема вибору варіантів технічного переозброєння підприємства

Для проведення кількісної оцінки організаційно-технічного рівня виробництва використано таксономічний метод, який дозволяє звести сукупність ознак досліджуваного явища до однієї синтетичної ознаки. Визначення еталонів окремих показників здійснено як за критерієм «міні-макс», так і на основі бажаних значень показників, що були сформовані з урахуванням стратегічних цілей підприємства. Використання даного методу дозволило отримати узагальнюючу

характеристику досягнутому організаційно-технічному рівню, рівню ефективності виробництва і маркетингової діяльності в нормованому просторі відносно їх еталонних значень.

На базі даних ЗАТ «Станкінпром» на основі багатофакторного кореляційно-регресійного аналізу було оцінено вплив зміни значень узагальнюючих показників складових ОТПВ на зміну узагальнюючого показника ефективності виробництва. В результаті чого отримана наступна модель: $I_{ef} = 0,653I_1 + 0,43I_3 - 0,041$, коефіцієнт детермінації якої складає 93,17%. При оцінці залежності узагальнюючого показника маркетингової діяльності від складових ОТПВ була отримана інша модель: $I_{мар} = 1,14I_1 - 0,27I_3 + 0,471I_4 - 0,1185$, коефіцієнт детермінації моделі складає 95,9%.

В обох випадках у рівняння залежності включено складові організаційного рівня виробництва (I_1) та динаміки і технічного стану ОВФ (I_3). Але вплив I_3 на ефективність виробництва має позитивне значення, а на маркетингову діяльність – негативне. Тобто впровадження нового прогресивного обладнання підвищило ефективність виробництва, але не забезпечило необхідних змін у номенклатурі продукції, зростання частки підприємства на ринку. Результати оцінки й аналізу дають можливість визначити пріоритети в покращенні стану виявлених у результаті кореляційно-регресійного аналізу складових ОТПВ для зростання як ефективності виробництва, так і маркетингової діяльності.

Для визначення масштабів та напрямків технічного переозброєння виробництва було запропоновано здійснити структурне моделювання для відображення причинно-наслідкових зв'язків основних показників діяльності підприємства, які існують у реальності. Побудова структурної моделі базувалася на виявленні екзогенних факторів зовнішнього середовища, які впливають на обсяг реалізації продукції, а також достатньої кількості ендогенних змінних внутрішнього середовища, серед яких показники ОТПВ, ефективності виробництва і маркетингової діяльності, та визначенні їх структурних зв'язків з обсягом реалізації продукції. Структурне моделювання здійснювалося з використанням модуля SEPATH пакета STATISTICA v. 6.0, а основні етапи моделювання наведено на рис. 6.

Технологія процесу моделювання реалізована на фактичних даних машино-будівних підприємств: ЗАТ «Станкінпром», ВАТ «Укрелектромаш» і ВАТ «Світло Шахтаря». Критерії адекватності дозволили зробити висновок, що були отримані статистично достовірні моделі. Так, критерій Брауна (MRC), який характеризує успішну збіжність процедури оцінки моделі, при нормативному значенні 0 для ЗАТ «Станкінпром» дорівнює 0,108, для ВАТ «Укрелектромаш» – 0,0541, і для ВАТ «Світло Шахтаря» – 0,0000742.

Для визначення перспектив щодо випуску продукції було розраховано прогноз обсягів її реалізації з використанням нейронних мереж програмного модуля Neural Networks пакета STATISTICA v.6.0. Результати структурного моделювання і нейропрогнозу за даними досліджуваних підприємств наведено в табл. 1.

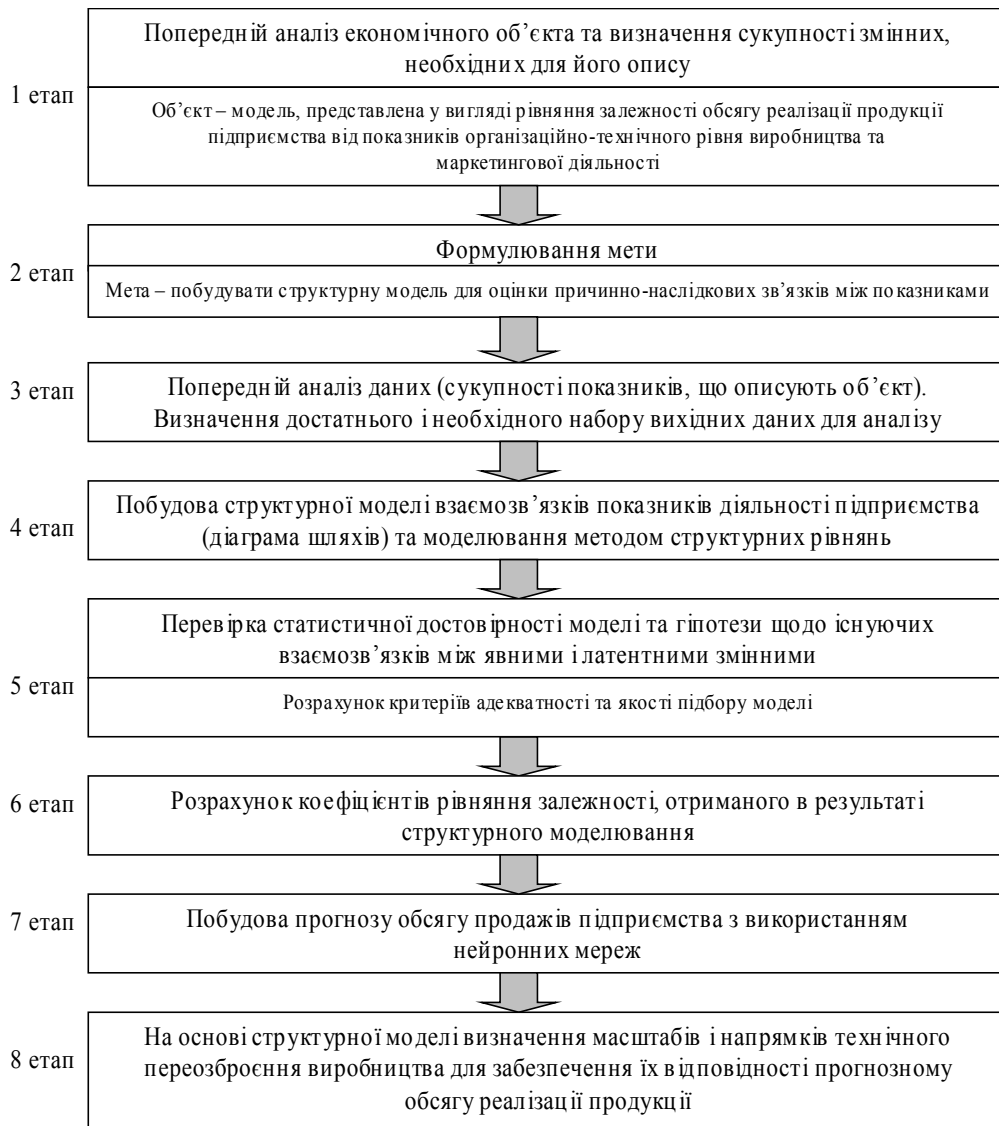


Рис. 6. Основні етапи процесу побудови моделі для визначення причинно-наслідкових зв'язків між показниками підприємства

На основі побудованої моделі було запропоновано підхід до визначення таких змін в ОТРВ і маркетинговій діяльності, які забезпечать досягнення прогнозних обсягів реалізації. Якщо прийняти x, y, z, u як мінімальні значення змін факторів, що впливають на реалізацію продукції, то завдання полягає у мінімізації квадрату суми можливих значень змін кожного фактора з урахуванням прогнозного обсягу реалізації (NS). Для пошуку мінімуму функції використано алгоритм спряжених градієнтів. Так, наприклад, для ЗАТ «Станкінпром» умови мінімізації наступні:

$$FF(x, y, z, u) = (x + y + z + u)^2, \quad (4)$$

$$a(To_6 - x) + b(Op_1 - y) + c(Md_4 - z) + d(Dm_1 - u) + e - NS = 0, \quad (5)$$

$$ff = Minimize (FF, x, y, z, u), \quad (6)$$

де a, b, c, d – розраховані параметри моделі;

x, y, z, u – значення мінімально необхідних змін факторів, що впливають;

e – вплив факторів зовнішнього середовища (ринку).

Результати структурного моделювання і прогнозування

Результати	ЗАТ «Станкінпром»	ВАТ «Укрелектромаш»	ВАТ «Світло Шахтаря»
Модель зв'язку	$SMM = 2319,7To_6 + 1751,1Op_1 + 199,8M + 891,9Dm_1 - 132665$	$SMM = 22870,7Op_1 + 9739,5Dm_2 - 1019032Tp + 4361,5M\partial_2 - 796248$	$SMM = -13397,6To_4 - 1802410Op_1 + 492184Tp + 7312,9Dm_1 + 1108930$
Фактори, що впливають на обсяг реалізації продукції (SMM)	рівень спеціалізації виробництва (Op_1), озброєність праці прогресивною технікою (To_6), коефіцієнт оновлення основних виробничих фондів (Dm_1), рентабельність продажів продукції ($M\partial_4$)	рівень спеціалізації виробництва (Op_1), коефіцієнт вибуття основних виробничих фондів (Dm_2), питома вага машин і обладнання в активній частині основних виробничих фондів (Tp_2), частка підприємства на ринку електродвигунів ($M\partial_2$)	рівень спеціалізації виробництва (Op_1), коефіцієнт оновлення основних виробничих фондів (Dm_1), питома вага прогресивного обладнання в загальному парку обладнання (Tp_3), фондоозброєність праці (To_4)
Фактичний обсяг реалізації продукції	13 236,8 тис. грн.	49 937,9 тис. грн.	206 305,8 тис. грн.
Прогноз реалізації на наступний рік (NS)	12 124,52 тис. грн. Ефективність прогнозу – 99,34 %	53 733 тис. грн. Ефективність прогнозу – 99,76 %	250 875,7 тис. грн. Ефективність прогнозу – 99,39 %

У результаті мінімізації були отримані значення одночасних змін кожного фактора моделі відповідно до прогнозного обсягу реалізації продукції.

Так, для ЗАТ «Станкінпром», на якому є тенденція до зниження обсягів реалізації, при незмінній спеціалізації виробництва не потрібно здійснювати якісне оновлення виробництва, впроваджувати прогресивну техніку і технологію. Падіння обсягів реалізації призведе до зменшення рентабельності продажів на 30,04%, а для збереження рентабельності питому вагу основної продукції в структурі випуску необхідно зменшити на 0,327% від рівня попереднього періоду та спрямувати зусилля на освоєння виробництва нових видів продукції.

Отримані результати кількісних змін показників внутрішнього середовища підприємства дозволяють формалізувати завдання прийняття рішень щодо напрямків і масштабів технічного переозброєння виробництва згідно з прогнозними зовнішніми умовами. Можливо сформувати варіант технічного переозброєння виробництва з комплексу організаційно-технічних заходів, які забезпечать досягнення відповідних змін з урахуванням попиту на продукцію, життєвого циклу технології та найбільшою ефективністю для підприємства.

Запропонований підхід дозволяє задавати цільові значення зміни параметрів організаційно-технічного рівня виробництва, які плануються за рахунок реалізації заходів технічного переозброєння, а також здійснювати коригування варіанта переозброєння відповідно до прогнозу щодо випуску продукції в перспективі.

Практичне використання запропонованого підходу дозволить забезпечити відповідність процесу технічного переозброєння цільовим результатам виробництва продукції та підвищити ефективність управління діяльністю підприємства на основі концепції маркетингу.

ВИСНОВКИ

У дисертації наведено узагальнення теоретичних засад управління технічним переозброєнням підприємства на основі концепції маркетингу, обґрунтовано методичні підходи та розроблено практичні рекомендації щодо вибору варіанта технічного переозброєння на машинобудівному підприємстві. Основні висновки та результати, одержані в ході дослідження, полягають у такому:

1. На основі проведених досліджень запропоновано поняття «технічне переозброєння виробництва» як форма інтенсифікації виробництва, яка передбачає реалізацію комплексу організаційно-технічних заходів, спрямованих на якісне оновлення активної частини основних виробничих фондів підприємства, підвищення техніко-економічного рівня виробництва з метою досягнення стратегічних і тактичних цілей переозброєння та підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку. Визначено, що під впливом реалізації заходів технічного переозброєння змінюється організаційно-технічний рівень виробництва (ОТРВ), який є потенціалом підвищення техніко-економічного рівня виробництва і характеризується системою показників.

2. Описано основні складові системи управління технічним переозброєнням виробництва, стратегічні і тактичні цілі переозброєння, принципи та функції цього процесу. Процес технічного переозброєння виробництва повинен відповідати формі прояву причинно-наслідкових зв'язків між технікою, технологією й організацією виробництва і результатами діяльності підприємства, які можливо виявити та оцінити на основі побудови економіко-математичних моделей.

3. Розкрито зміст управління технічним переозброєнням підприємства в умовах ринку і доведено необхідність управління цим процесом на основі концепції маркетингу. Стратегічний та операційний підходи в маркетингу дозволили виділити стратегічні і тактичні цілі переозброєння виробництва, які необхідно узгоджувати зі стратегічними цілями розвитку підприємства. Обґрунтовано, що основне завдання управління технічним переозброєнням виробництва полягає в прийнятті рішень щодо такого його варіанта, реалізація якого забезпечить можливість виробництва нових видів продукції відповідно до потреб споживачів і підвищить конкурентоспроможність підприємства на ринку.

4. Запропоновано основні етапи процесу управління технічним переозброєнням виробництва, які передбачають проведення стратегічного аналізу зовнішнього середовища, включаючи оцінювання споживчої задоволеності продукцією, та аналізу внутрішнього середовища підприємства, важливим аспектом якого виступає комплексна оцінка ОТРВ, а також прогнозування попиту на продукцію.

5. На основі аналізу підходів до оцінки споживчої задоволеності було запропоновано враховувати залежність лояльності споживачів від бальних оцінок їх задоволеності атрибутами продукції і показниками маркетингової діяльності. Розраховано рівень задоволеності споживачів для визначення пріоритетних організаційно-технічних заходів, необхідних для підвищення лояльності споживачів до продукції підприємства.

6. Розглянуто тенденції в процесах оновлення основного капіталу промислових підприємств та обґрунтовано методичний підхід до комплексної оцінки ОТРВ з використанням таксономічного методу, який дозволив отримати узагальнюючу характеристику досягнутому ОТРВ, рівню ефективності виробництва і маркетингової діяльності та встановити пріоритети в покращенні стану окремих складових ОТРВ для зростання ефективності виробництва і маркетингової діяльності.

7. Запропоновано методичний підхід до визначення варіантів технічного переозброєння, який дозволяє обирати варіант на основі типових завдань технічного розвитку, виробничих можливостей підприємства і тенденцій попиту на ринку та коригувати його реалізацію залежно від досягнутих результатів і динаміки зовнішнього середовища.

8. Обґрунтовано та розроблено методичний підхід до вибору масштабів і напрямків технічного переозброєння, який базується на виявленні причинно-наслідкових зв'язків між

показниками організаційно-технічного рівня виробництва і маркетингової діяльності та обсягом реалізації продукції шляхом структурного моделювання. Підхід передбачає побудову моделі, на основі якої визначаються масштаби і напрямки технічного переозброєння виробництва, що відповідають прогнозованому обсягу продукції, отриманому з використанням нейронних мереж.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях

1. Ларіна К. В. Використання концепції синергізму в стратегічному маркетингу промислових підприємств / К. В. Ларіна // Управління розвитком : збірник наукових статей. – Х. : ХНЕУ, 2005. – №2. – С. 20 – 21. (Стаття опублікована за результатами науково-практичної конференції «Проблеми організації та планування інноваційної діяльності підприємств»).
2. Ларіна К. В. Сучасний підхід до стратегії технічного розвитку підприємств / К. В. Ларіна // Управління розвитком : збірник наукових статей. – Х. : ХНЕУ, 2005. – №3. – С. 56 – 57. (Стаття опублікована за результатами міжнародної науково-практичної конференції «Економічні проблеми інноваційно-структурних перетворень в Україні»).
3. Тімонін О. М. Стратегічне управління промисловим підприємством на основі концепції маркетингу / О. М. Тімонін, К. В. Ларіна // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Економічна серія. – 2005. – № 650. – С. 146 – 153.
4. Тімонін О. М. Обґрунтування механізму реалізації технічного переозброєння промислових підприємств / О. М. Тімонін, К. В. Ларіна // Научно-технический сборник «Коммунальное хозяйство городов». Серия «Экономические науки». – К. : Техніка, 2006. – № 71. – С. 158 – 171.
5. Ларіна К. В. Оцінка споживчої задоволеності на базі лояльності / К. В. Ларіна // Управління розвитком : збірник наукових статей. – Х. : ХНЕУ, 2006. – №3. – С. 30 – 31. (Стаття опублікована за результатами міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні економічні проблеми розвитку промислових підприємств»).
6. Малярець Л. М. Методичний підхід до комплексної оцінки організаційно-технічного рівня виробництва / Л. М. Малярець, К. В. Ларіна // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Економічна серія. – 2006. – № 719. – С. 82 – 90.
7. Ларіна К. В. Структурне моделювання стратегії технічного переозброєння підприємства / К. В. Ларіна // Економіка розвитку. – 2006. – № 4(40). – С. 101 – 105.
8. Ларіна К. В. Маркетинговий підхід до управління технічним переозброєнням виробництва / К. В. Ларіна // Управління розвитком : збірник наукових статей. – Х. : ХНЕУ, 2006. – № 7. – С. 185 – 188. (Стаття опублікована за результатами міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми управління економічними процесами промислових підприємств»).
9. Тімонін О. М. Технічне переозброєння й організаційно-технічний рівень виробництва : сутність та взаємозв'язок категорій / О. М. Тімонін, К. В. Ларіна // Економіка розвитку. – 2007. – № 4(44). – С. 108 – 111.

Матеріали конференцій

10. Ларіна Е. В. Стратегическое развитие предприятий на основе реструктуризации : матеріали III міжнар. наук.-практ. конф. [«Динаміка наукових досліджень»], (Дніпропетровськ, 21–30 червня 2004 р.) / Дніпропетровський національний університет. – Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2004. – Т. 47. – С. 39 – 41.
11. Тімонін О. М., Ларіна К. В. Економічна сутність технічного переозброєння підприємств в ринкових умовах : матеріали 7-ї міжнар. наук. конф. студентів і молодих учених [«Економіка і маркетинг в XXI сторіччі»], (Донецьк, 19–21 травня 2006 р.) / М-во освіти і науки України, Донецький національний технічний університет [та ін.]. – Донецьк : ДРУК-ІНФО, 2006. – Ч. 2. – С. 155 – 157.

АНОТАЦІЯ

Ларіна К. В. Управління технічним переозброєнням підприємства на основі концепції маркетингу. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Харківський національний економічний університет, Харків, 2008.

Дисертація присвячена питанням, пов'язаним із розвитком науково-теоретичних положень, розробкою та обґрунтуванням методичних і практичних рекомендацій щодо управління технічним переозброєнням виробництва. Розкрито сутність понять «технічне переозброєння виробництва» та «організаційно-технічний рівень виробництва». З позиції системного підходу визначено складові системи управління технічним переозброєнням. Обґрунтовано роль стратегічного маркетингу в управлінні технічним переозброєнням та розкрито стратегічні й тактичні цілі технічного переозброєння виробництва. Запропоновано основні етапи процесу управління технічним переозброєнням, серед яких важливим є оцінка споживчої задоволеності та комплексна оцінка ОТРВ. На основі типових завдань технічного розвитку і ринкових можливостей розроблено методичний підхід до вибору варіантів технічного переозброєння. Запропоновано методичний підхід до комплексної оцінки ОТРВ на основі побудови таксономічного показника розвитку. Розроблено методичний підхід до вибору масштабів і напрямків технічного переозброєння на основі структурного моделювання та нейропрогнозування.

Ключові слова: технічне переозброєння, організаційно-технічний рівень виробництва, система управління технічним переозброєнням, стратегічний маркетинг, споживча задоволеність, комплексна оцінка ОТРВ, структурне моделювання.

АННОТАЦИЯ

Ларина Е. В. Управление техническим перевооружением предприятия на основе концепции маркетинга. – Рукопись.

Диссертация на соискание научной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.04 – экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности). – Харьковский национальный экономический университет, Харьков, 2008.

Диссертация посвящена вопросам, связанным с развитием научно-теоретических положений, разработкой и обоснованием методических и практических рекомендаций по управлению техническим перевооружением производства. Раскрыта сущность понятий «техническое перевооружение производства» и «организационно-технический уровень производства» (ОТУП). Техническое перевооружение производства предлагается рассматривать как форму его интенсификации, которая предполагает реализацию комплекса организационно-технических мероприятий, направленных на качественное обновление активной части основных производственных фондов предприятия, повышение технико-экономического уровня производства для достижения стратегических и тактических целей и конкурентоспособности предприятия на рынке. С позиции системного подхода определены составляющие системы управления техническим перевооружением. Обоснована роль стратегического маркетинга в управлении техническим перевооружением и сформулированы стратегические и тактические цели технического перевооружения производства. Предложены этапы процесса управления техническим перевооружением, важными в котором являются: оценка потребительской удовлетворенности по усовершенствованной методике, базирующейся на функции зависимости лояльности потребителей от уровня их удовлетворенности основными атрибутами продукции и показателями маркетинговой деятельности, комплексная оценка ОТУП и прогнозирование объемов продаж с использованием нейронных сетей. Разработан методический подход к выбору вариантов технического перевооружения, основанный на типовых задачах технического развития и рыночных возможностях, который позволяет сформировать комплекс организационно-

технических мероприятий исходя из поставленных целей, существующих возможностей и ресурсов, а также корректировать их реализацию в соответствии с достигнутыми результатами и изменениями во внешней среде. На основе обобщения литературных источников сформирована система показателей для оценки ОТУП и предложен методический подход к его комплексной оценке с применением таксономического метода. На основе корреляционно-регрессионного анализа были определены приоритеты в улучшении составляющих ОТУП для повышения эффективности как производственной, так и маркетинговой деятельности. Для определения масштабов и направлений технического перевооружения разработан методический подход, базирующийся на структурном моделировании и прогнозировании с помощью нейронных сетей. Для этого была построена модель взаимосвязи факторов внутренней среды предприятия (показатели ОТУП и маркетинговой деятельности) и внешней среды с объемом реализации продукции, на основе которой был предложен подход к определению необходимых изменений в факторах внутренней среды предприятия для их адаптации к прогнозным объемам реализации продукции.

Ключевые слова: техническое перевооружение, организационно-технический уровень производства, система управления техническим перевооружением, стратегический маркетинг, потребительская удовлетворенность, комплексная оценка ОТУП, структурное моделирование.

ANNOTATION

Larina K. V. Management of technical reequipment of an enterprise based on the marketing conception. – Manuscript.

Dissertation for getting a scientific degree of Candidate Science in Economics the speciality 08.00.04 – economy and management of enterprises (of the economy's activity). – Kharkiv National university of Economics, Kharkiv, 2008.

Dissertation is devoted to the questions related to perfection of scientific-theoretical positions, development and substantiation methodical and practical recommendations of technical reequipment management. Determination of concepts «technical reequipment» and «organization and technical level» are improved. The elements of technical reequipment management system's based on system approach are determined. The role of strategic marketing in management of technical reequipment and strategic and tactic tar-gets of production's technical reequipment are grounded. The model of process of technical reequipment management with estimation of customer's satisfaction is offered. The approach to choice of technical reequipment options based on a typical assignment of technical development and market possibilities is developed. The methodical approach to complex estimation of production's technical level based on taxonomic method is offered. The methodical approach to searching for technical reequipment's directions based on the structural equation models and prognosis with neural networks is grounded and developed.

Keywords: technical reequipment, technical level of production, technical reequipment management system, strategic marketing, customer's satisfaction, complex estimation of production's technical level, structural equation models.

ЛАРИНА КАТЕРИНА ВОЛОДИМИРІВНА

**УПРАВЛІННЯ ТЕХНІЧНИМ ПЕРЕОЗБРОЄННЯМ ПІДПРИЄМСТВА
НА ОСНОВІ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ**

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Підписано до друку 28.05.2008 р. Формат 60x84 1/16.
Обсяг 0,9 ум.-друк. арк. Папір офсетний. Друк різнограф.
Наклад 100 прим. Зам. № 147.

Надруковано у центрі оперативної поліграфії ТОВ «Рейтинг»
61022, м. Харків, вул. Сумська, 37.
Тел. (057) 700-53-51, 714-34-26, 771-00-92.