

битель связан с ТСЛЦ единственной ТЕ. Интенсивность погрузки груза со склада на ТЕ равна  $W > U$ . Времена рейсов отдельных ТЕ — независимые друг от друга случайные величины, распределенные по показательному закону с одним и тем же параметром. Грузоподъемности всех ТЕ — независимые случайные величины с функцией распределения  $G(x)$ . Состояние ТСЛЦ в любой момент времени описывается случайным вектором  $(v(t), \xi(t))$ , где  $v(t)$  — число ТЕ, находящихся в ТСЛЦ в момент времени  $t$ ,  $\xi(t)$  — количество груза на складе в момент  $t$ . Для нахождения стационарного распределения вероятностей состояний используется теория линейчатых марковских процессов. Формулируется задача нахождения оптимального значения вместимости склада  $E$  по критерию минимум средних суммарных приведенных затрат на создание склада и его эксплуатацию, а также связанных с простым ТЕ.

*І. Є. Равікович, асистент,  
Київський національний економічний університет*

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: МЕТОДИ АНАЛІЗУ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЇЇ**

За умов перехідної економіки українським підприємствам важко утримувати домінуючі позиції на ринку. Лише ті підприємства мають значні конкурентні переваги у порівнянні з іншими, які реалізують продукцію більш високої якості та найкраще здійснюють просування її на ринок.

Формування конкурентних переваг відбувається у сферах виробничо-господарської діяльності підприємств. Ураховуючи той факт, що останнім часом все більше підприємств вибирають маркетингову концепцію управління, можна зробити висновок, що основні причини й умови виникнення таких переваг пояснюються аналізом ефективності застосування товарно-цінової політики підприємства, організації збуту та практики використання засобів стимулювання продажу, фінансової стабільності.

З позиції маркетингу, на конкурентоспроможність підприємства насамперед впливають такі складові комплексу маркетингу, як товар, ціна, канали збуту, просування товару на ринок.

Аналіз ефективності використання елементів комплексу маркетингу дає можливість визначити переваги та недоліки кожного з них і є першим кроком до маркетингового планування підвищення конкурентних переваг підприємства.

Зазначені елементи можна аналізувати за такими методами:

1) Порівняння власних показників за основними складовими з аналогічними показниками основних конкурентів (найбільш сильних). Наприклад, «товар» характеризується такими показниками: надійність, строк служби, безпека, торговельна марка, ремонтпридатність, асортимент тощо.

2) Вивчення власних показників з позицій витрат і результатів за кожним елементом маркетингового плану. Так, «товар» буде визначено за такими критеріями: продаж, частка ринку, маржа, чистий прибуток та ін.

Варто зважити на те, що при аналізі складових комплексу маркетингу поруч із суто економічними методами використовуються техніко-економічні.

Поєднання наведених методів аналізу ефективності використання елементів маркетингу дає змогу визначити слабкі місця в господарській діяльності вітчизняних підприємств і допомогти у плануванні стратегій підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку.

*Є. В. Редзюк, аспірант,  
Київський національний  
економічний університет*

## **АНТИКРИЗОВІ МАРКЕТИНГОВІ ЗАХОДИ В СИСТЕМІ НАУКОВО-ДОСЛІДНИХ ІНСТИТУТІВ МІНІСТЕРСТВА ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ**

Нині ситуація в країні впливає на науково-дослідні та проектні організації системи транспорту подвійно. Стало очевидним, що кожне підприємство, яке намагається досягти довготривалих успіхів у ринкових умовах, повинно насамперед орієнтуватися на впровадження інноваційних продуктів, технологій і систем, що вимагає від нього постійного інтелектуального пошуку та витрачання значних коштів на ці заходи. Але залучення власного інтелектуального потенціалу і відрахування значних коштів не завжди гарантують заплановані досягнення на ринку і позитивні зміни всередині організації.

У системі транспорту найбільш досвідченим і кваліфікованим є персонал науково-дослідних і проектних інститутів, які протягом багатьох років (наприклад, «ДержавтотрансНДПроект» функціонує понад 70 років) займаються питаннями вдосконалення системи транспорту.