формування переваг	Здійснення довгострокових договірних відносин; сумісні комерційні бізнес-проекти; організація або прийняття участі у заходах із відзнаки якості.	Контроль формування якості продукції на стадії постачання, виробництва та збуту.	Реалізація планових норм по асортименту; підготовка до збуту.	Контроль формування собівартості продукції на стадії постачання, виробництва та підготовки до збуту.	Формування конкурентних переваг продукції відповідно до плану є вихідним етапом для моделювання конкурентоспроможності підприємства; аналіз та ідентифікація конкурентних переваг та факторів їх створення.

ВИСНОВОК

В результаті проведених досліджень визначено, що під управлінням конкурентоспроможністю продукції слід розуміти процес ідентифікації, планування, формування, утримання та нарощування конкурентних переваг продукції на кожному етапі створення доданої вартості з метою підвищення рівня конкурентоспроможності продукції або втримання його на запланованому рівні.

Список літератури: 1. *Портер, М. Э.* Стратегия конкуренции и анализ отраслей [Текст] / М. Портер.: пер. с англ. – К.: Основы, 1997. – 391 с.

УДК 658.8

МРУЕ Д.А., ГРІНБЕРГ Г.Л., к.т.н., доцент

РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ДЛЯ ТОРГОВО-ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.

Рассматриваемое предприятие занимается посреднической деятельностью в области продажи древесины. Бизнес процесс предприятия включает следующие этапы:

1) закупка древесины в лесхозе; 2) транспортировка древесины из лесхоза на деревообрабатывающее предприятие; 3) прием и учет прихода древесины на предприятие; 4) распиловка древесины на обрезную доску; 5) использование отходов для изготовления черенка; 6) учет, складирование изготовляемой продукции до осуществления продажи; 7) экспорт обрезной доски.

В данных остро стоят вопросы о наиболее дешевой доставке древесины на предприятие, рациональном использованием сырья и хранении заготовок и готовой продукции на предприятии.

Доставка древесины на предприятие осуществляется при помощи услуг различных АТП. Склад производственно-торгового предприятия является центральным звеном, которое осуществляет ряд функций по преобразованию материальных потоков, накапливанию, переработке, обработки и распределению готовой продукции и отходов. Необходимой составляющей оптимизации бизнес процесса является информационная поддержка, которая является основой автоматизации, так называемой информационной системы, которая бы помогала руководителю принимать те или иные решения, на разных этапах работы, для более рационального использования имеющихся материальных и денежных средств.

Актуальность является в том, что ЛПР необходимо работать с огромным объемом информации, которую нужно изучить и обработать. В связи с этой проблемой остро стоит проблема автоматизации некоторых процессов, которые позволяют хранить, сортировать и обрабатывать ту или иную информацию.

Использование информационной системы позволяет эффективно использовать имеющиеся ресурсы. В частности помогает разработать эффективный маршрут по доставке древесины на обработку, а также управлять запасами, снижать затраты при планировании будущих закупок, оптимизировать использование складских площадей, повышать точность и оперативность учета продукции, качество отчетности, а также производительность труда.

УДК 658.8 : 655

НІЩЕНКО Д.О., ХАРЧЕНКО А.А., доцент, к.е.н.

ЗАСТОСУВАННЯ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОГО АСОРТИМЕНТУ ВИДАВНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

Планування оптимального асортименту продукції є актуальним, складним та багатоваріантним завданням. Обґрунтований вибір асортименту продукції забезпечує ефективність її виробництва і збуту в мінливому конкурентному середовищі. Світовий досвід показує, що лідерами в конкурентної боротьбі стають кампанії, які найбільш компетентні в асортиментній політиці та володіють методами її реалізації і можуть з найбільшим ефектом управляти цією політикою.