

АКАДЕМИЯ НАУК УКРАИНЫ  
ИНСТИТУТ ПРОБЛЕМ РЫНКА И  
ЭКОНОМИКО-ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

На правах рукописи

АРТАМОНОВА Наталия Саввична

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ  
ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЛЕКСНОЙ СИСТЕМЫ  
ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВА

Специальность 08.00.05 - Экономика, планирование,  
организация управления народным хозяйством и его  
отраслями (промышленность)

А в т о р е ф е р а т  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата экономических наук

Одесса - 1992



Работа выполнена в Одесском ордена Трудового Красного  
Знамени политехническом институте.

Научный руководитель - доктор экономических наук,  
профессор И.П.Продиус

Официальные оппоненты - академик Академии инженерных наук  
Украины, доктор экономических наук,  
профессор И.М.Петрович

- кандидат экономических наук  
В.М.Лысюк

Ведущая организация - Киевский институт народного  
хозяйства.

Защита диссертации состоится " 12 " кабры 1992 г.  
в 14 часов на заседании специализированного совета  
ДО16.67.01 по защите диссертаций на соискание ученой степени  
доктора наук в Институте проблем рынка и экономико-экологических  
исследований Академии наук Украины по адресу:  
г. Одесса, Французский бульвар, 29.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке института.

Автореферат разослан " " \_\_\_\_\_ 1992 г.

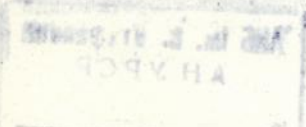
Ученый секретарь  
специализированного совета  
кандидат экономических наук,  
старший научный сотрудник

*С.К.Харичков* С.К.Харичков

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

I.1. Актуальность темы. Опыт функционирования хозяйственной системы показал, что при переходе к рыночным отношениям необходима разработка механизма, обеспечивающего взаимосвязь элементов внутренней структуры предприятия со всеми субъектами, оказывающими внешнеэкономическое воздействие на формирующуюся производственную среду. Эта проблема не нашла достаточного освещения в работах советских ученых-экономистов, хотя существуют серьезные разработки зарубежных специалистов по вопросам формирования рыночных структур на микро- и макроуровне и обеспечения их взаимодействия. Однако, обострение ситуации в экономике за последние годы, усиливающийся процесс стагнации в производстве, углубление социальных проблем создали среду, не восприимчивую к прямому перенесению опыта формирования и функционирования рыночной модели зарубежного образца. Отечественная экономика на протяжении многих лет формировалась как жесткая централизованная система с преимущественно вертикальной структурой управления и планирования, где государственная форма собственности была преобладающей при полном отсутствии конкуренции со стороны каких-либо структур, а следовательно, и стимула к прогрессу.

Разворачивающийся процесс приватизации собственности, развитие рыночной среды ставят перед советской экономической наукой не мало проблем. Нет теоретических разработок концепции формирования рыночных структур, не исследованы аспекты взаимодействия различных уровней регулирования - микро-, т.е. на уровне организационной структуры предприятия и макро-, т.е. на народнохозяйственном уровне. Не разработана комплексная система обеспечения предприятия в рыночных условиях, т.е. производственная инфраструктура на основе функционирования рынков всех факторов производства. Существующие методы планирования и управления предприятием не позволяют быстро адаптироваться в изменяющихся условиях рынка, не ориентированы на создание системы диверсифицированного производства, что в условиях функционирования рынка чревато убыточностью или банкротством.



1.2. Цель и задачи исследования. Целью диссертационной работы является разработка методических положений и рекомендаций по созданию и функционированию механизма взаимодействия внешней среды и внутренней структуры предприятия в условиях рынка и обеспечения взаимозависимости различных уровней регулирования: на макроуровне - поддержание горизонтальных конкурентных структур, на микроуровне - формирование интегрированной внутренней структуры предприятия, адекватной динамике рынка и направленной на выпуск конкурентоспособной продукции.

Реализация поставленной цели потребовала решения следующих задач:

исследовать содержание понятий "рынок", "внутренняя и внешняя среда", "макро- и микроэкономическое регулирование";

изучить взаимозависимость и взаимообусловленность различных уровней регулирования деятельности предприятия в рыночных условиях;

определить условия и факторы функционирования рыночного механизма;

разработать структурно-логическую схему взаимодействия внутренней и внешней среды на основе формирования и функционирования рыночноориентированных структур;

представить методику оценки уровня конкурентоспособности продукции и провести апробацию ее на промышленном предприятии;

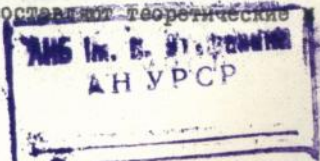
разработать рекомендации по формированию цены на продукцию предприятия в условиях нестабильности рыночной среды;

предложить направления по обеспечению сбалансированности производственных и рыночных факторов на основе построения логистической системы взаимодействия поставщиков и потребителей, создания рациональной системы товародвижения на предприятии;

разработать пакет баз стратегических данных по проблемам взаимодействия предприятия с внешней средой.

1.3. Объектом исследования являются методы обеспечения сбалансированности производственных и рыночных факторов в условиях нестабильности рыночной среды.

1.4. Предмет исследования составляют теоретические ме-



тодические вопросы формирования организационно-экономического механизма функционирования предприятия в условиях рынка.

1.5. Методология и методика исследования. Теоретической и методологической основой исследования являются труды отечественных и зарубежных ученых по вопросам формирования рыночных структур в экономике, а также новейшие исследования в области менеджмента, маркетинга, использования современной информационной технологии. В процессе решения поставленных задач использованы технико-экономические показатели работы ряда предприятий электронной промышленности, применены метод научного прогнозирования, математического программирования, логико-информационного моделирования.

1.6. Научная новизна результатов исследования заключается в следующем:

- разработаны теоретические положения о необходимости формирования рыночных структур различных уровней и способах обеспечения их взаимодействия;
- раскрыто экономическое содержание макро- и микро-экономического рыночного регулирования;
- разработаны методические рекомендации по оценке уровня конкурентоспособности продукции электронной промышленности и прогнозированию изменения этого уровня в зависимости от стадии жизненного цикла;
- разработаны методические рекомендации по установлению цены на продукцию электронной промышленности с учетом взаимодействия рыночных факторов;
- разработан пакет данных, необходимый для поддержания координационно-информационной службы связи предприятия с рынком;
- представлены теоретические и методические разработки по созданию рациональной системы товародвижения для предприятия любого масштаба и специфики деятельности на основе концепции логистики.

1.7. Практическая значимость работы заключается в том, что представленные разработки обеспечивают:

возможность комплексной оценки рыночной ситуации и раци-

ональное маневрирование ресурсами в соответствии со сложившейся обстановкой на рынке;

прогнозирование изменения уровня конкурентоспособности продукции в зависимости от стадии жизненного цикла товара и выбор соответствующих тактических мероприятий;

использование методов ценообразования, максимально отражающих специфику производства, рыночных факторов, уровень нестабильности среды;

создание системы контроля за движением материалов, товаро-, капитало-, информационных потоков на основе реализации (частичной или комплексной) концепции логистики предприятия.

Предложенная в работе концепция рыночной ориентации предприятия не требует формирования новых структур, она направлена на оптимальное использование уже существующих на основе нового их функционального наполнения. Предложенный пакет баз стратегических данных "Поставщики", "Потребители", "Ситуационный анализ" позволят информационной службе предприятия в интерактивном режиме вести контроль за своевременностью поставок сырья и отгрузки готовой продукции. Иметь комплексные сведения о работе предприятия с целью принятия оптимальных решений.

Универсальность разработок позволит эффективно использовать их на предприятиях различных отраслей народного хозяйства.

1.8. Реализация результатов исследования. Разработанные методические положения и рекомендации были предложены предприятиям электронной промышленности для реализации концепции перевода предприятий на новые условия хозяйствования, применения рыночного ценообразования по определенной группе товаров народного потребления. Результаты исследований легли в основу разработки новых курсов: "Организационно-экономические аспекты предпринимательской деятельности", "Стратегия и практика маркетинга" для слушателей экономических специализаций факультета повышения квалификации Одесского политехнического института.

1.9. Апробация работы. Основные положения и результаты

диссертационного исследования докладывались автором на Всесоюзных конференциях и семинарах в г. Москве в Институте экономики АН СССР в 1988 г., в 1989-1990 гг., а также в г. Одессе в 1990 г.

I.10. По теме диссертации опубликовано 7 научных работ, общим объемом 2,5 п.л.

I.11. Объем и структура работы. Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения и изложена на 148 страницах, содержит 12 рисунков, 15 таблиц, список использованной литературы из 110 наименований и приложения.

## 2. СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы, сформулированы цель, задачи, предмет и объект исследования, а также основные положения, определяющие новизну и практическую значимость результатов.

В первой главе "Особенности функционирования промышленных предприятий в условиях формирования рыночных отношений" исследовано экономическое содержание категории "рынок", а также процесса регулирования его на макро- и микроуровне. Раскрываются предпосылки создания хозяйственного механизма, основанного на принципах товарного производства с функционированием всех производственных факторов, т.е. рынка товаров, услуг, финансов, рабочей силы с целью формирования горизонтальных, конкурентных структур в экономике. Определены критерии эффективности функционирования хозяйственного комплекса в целом, и производственного подразделения, в частности, на основе разработки механизма взаимодействия внутренней и внешней среды в условиях рынка.

Во второй главе "Разработка структурно-логической схемы обеспечения производства в новых условиях хозяйствования" обосновывается необходимость комплексной переориентации деятельности каждого производственно-хозяйственного подразделения на принципах маркетинга. В основу формирования действующих элементов внутренней структуры предприятия зало-

жен не столько процесс создания новых подразделений, сколько необходимость обеспечения нового функционального наполнения имеющихся на предприятии структур исходя из принципиально иных задач. Разработан механизм взаимодействия внутренней структуры предприятия с внешней средой на основе использования экономических методов управления, адекватных динамике рынка.

В третьей главе "Разработка информационной системы для организации обеспечения предприятия через рынки факторов производства" определены пути создания службы связи с рынком с целью разработки стратегической концепции активного воздействия на рынок. Раскрываются технические и программные аспекты реализации поставленной задачи. Разработан пакет баз данных для предприятий электронной промышленности с целью совершенствования управления и планирования их деятельности в новых условиях хозяйствования.

В заключении изложены выводы, предложения и практические рекомендации, вытекающие из исследования.

### 3. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИОННОЙ РАБОТЫ

3.1. Исследовано экономическое содержание категории "рынок", а также понятий "макро- и микроэкономическое регулирование", "внутренняя и внешняя среда". Становление рынка предполагает осмысление содержания этой категории в новых экономических условиях. Рынок есть экономическая категория товарного хозяйства, представляющая собой сферу товарного обмена, характеризующуюся определенной системой экономических отношений между субъектами воспроизводственного процесса, обеспечивающей конкурентность и состоятельность по получению наибольшей экономии и максимальной прибыли. Рынок существует в определенных социально-экономических условиях, которые зависят от формы собственности на средства производства, это означает, что характер рынка, его роль в системе общественного воспроизводства, закономерности его развития определяются прежде всего характером общественного производства и адекватной ему

формой распределения благ между членами общества.

В современном высокообщественном производстве рынок не является монопольной системой регулирования пропорций воспроизводства. На макроэкономическом уровне осуществление крупных научно-технических, социальных, экономических программ, создание и функционирование производственной и социальной инфраструктуры являются объектом планового государственного регулирования с использованием научно обоснованных, преимущественно экономических методов. Микроэкономический уровень регулирования создает обстановку на рынке, необходимую для свободного экономического соревнования между субъектами, целенаправленные усилия для устранения всех видов монополизма. Соответствие общественного производства общественным потребностям может быть достигнуто не только общезакономерными макропропорциями, но также сеть микропропорций, которые окончательно уточняют сложившиеся материальные потребности, включая взаимосвязь спроса (платежеспособной потребности) с общественным производством (предложением). Это достигается через рыночную реализацию продуктов труда предприятий. Установление эффективных микропропорций, влияющих на натурально-вещественную и стоимостную сторону общественного продукта возможно, как показывает опыт экономически развитых стран, на основе функционирования конкурентного рыночного механизма.

Таким образом, критерием эффективности функционирования хозяйственного комплекса в целом, и производственно-хозяйственного подразделения в частности, является разработка механизма взаимодействия внутренней и внешней среды в условиях рынка, обеспечивающего взаимозависимость различных уровней его регулирования: на макроуровне - создание и развитие горизонтальных, конкурентных структур, на микроуровне - формирование интегрированной внутренней структуры, адекватной динамике рынка и направленной на выпуск конкурентоспособной продукции.

3.2. Определены пути формирования рыночноориентированной внутренней структуры. Создание отлаженной системы связи производства с рынком является предпосылкой эффективной работы

предприятия в новых условиях хозяйствования, служит ретризации конечных целей каждого хозяйственного субъекта. Служба связи предприятия с рынком может быть создана уже в условиях имеющихся структур, для этого нет необходимости вкладывать средства в создание новых, важно при этом переориентировать их деятельность на качественно новый уровень функционирования исходя из принципиально иных задач. Если ранее в обязанности управленческих структур входило четкое выполнение и своевременная отчетность по заданиям, сформулированным вышестоящими органами управления, то теперь существенно важным становятся: проведение глубоких, всесторонних исследований рынка, его конъюнктуры, сравнение и анализ конкурентоспособности своей продукции, а также товаров, поставляемых рыночными партнерами и на их основе принятия ответственных решений об увеличении производственных мощностей предприятия или снижении выпуска продукции, о внедрении на конкретный участок рынка или переориентации продукции на другого потребителя. Возможность решения этих и других задач, связанных с эффективным функционированием производственно-хозяйственного звена сопряжена с созданием на предприятиях системы маркетинга и для этого есть возможности, основанные на изменении функций основных структурных подразделений предприятия.

Для успешного функционирования в новых экономических условиях необходимо, чтобы маркетинг был организован как динамичная система, непосредственно увязывающая производство и потребление и действующая на входе-выходе информации о соответствии возможностей предприятия постоянно изменяющимся условиям внешней среды. Таким образом, служба связи с рынком должна сформироваться в микрохозяйственную систему, выполняющую следующие функции.

- исследование внутреннего и внешнего рынка;
- стратегическое планирование деятельности предприятия и прогнозирование сбыта на основе изучения конъюнктуры;
- согласование производственных возможностей с потребностями рынка, формирование на этой основе товарного ассортимента;
- определение конкурентоспособности собственной продукции и продукции, поставляемой другими товаропроизводителями;

выбор стратегии ценообразования и проведение на этой основе соответствующей политики цен;

организация рациональной для конкретного предприятия системы товаропродвижения;

организация рекламной деятельности с целью расширения сбыта.

3.3. Разработана методика определения уровня конкурентоспособности изделий. Оценка конкурентоспособности товаров должна быть ключевым моментом принятия решения о расширении или создании новых производственных мощностей, о переориентации деятельности научно-исследовательских служб на создание новых образцов изделий современной техники и технологии, удовлетворяющих комплексу технических, экономических, экологических требований. Конкурентоспособность, т.е. возможность сбыта продукции в определенное время и на конкретном участке рынка, можно определить сравнивая идентичную продукцию других предприятий, работающую в одинаковых условиях и с соблюдением режима эксплуатации, либо проводить сравнение с неким гипотетическим изделием, максимально удовлетворяющим потребность пользователя. Рассматриваются следующие варианты оценки уровня конкурентоспособности:

1) параметрический метод;

2) совокупный метод исследования рынка и повышения конкурентоспособности;

3) анализ данных внешней торговли.

Согласно первой методике, параметры, характеризующие конкурентоспособность изделий подразделяются на следующие группы: технические (конструктивные, нормативные, эргономические, эстетические показатели); экономические (показатели, формирующие цену потребления); организационные (комплексность поставки, условия платежа, сроки и условия гарантии). Каждый из указанных параметров изделия сопоставляется с конкурирующим или, в случае отсутствия, с некоторым проектируемым изделием ( $P_i$ ), корректируется с учетом весового коэффициента ( $A_i$ ), определяемого с помощью экспертной оценки на основе ранжирования свойств изделия, представляющих наибольшую ценность для потребителя. Далее выводятся групповые

параметрические показатели

$$\bar{I}Tn(\lambda n, o n) = \sum_{i=1}^N q_i \cdot a_i \quad \cdot \text{ где}$$

$\bar{I}Tn(\lambda n, o n)$  - групповой (технический, экономический, организационный показатель);

$q_i$  - единичный параметрический показатель;

$a_i$  - вес  $i$ -го параметра;

$N$  - число рассматриваемых параметров.

В итоге, для каждого изделия формируется некоторая сумма - интегральный показатель конкурентоспособности, полученный после комплексного анализа по параметрам (рис. 1). Сопоставление его с аналогично просчитанным интегральным показателем базового образца и определяет конкурентные позиции рассматриваемого изделия.

Совокупный метод исследования рынка и повышения конкурентоспособности реализуется в несколько этапов, результирующие данные могут быть положены в основу выбора стратегии деятельности предприятия: 1 этап - сегментация товар-рынок. Важность его определяется необходимостью подбора рынка для своей продукции; 2 этап - функционально-стоимостный анализ, проведение которого дает ответ на вопрос о факторах, определяющих цену изделия, и возможности ее изменения; 3 этап - анализ рынка конкретного изделия, с целью выявления возможности предложения дополнительных услуг; 4 этап - ранжирование изделий по конкурентоспособности, осуществляемое на базе данных об издержках и вероятностных расчетах возможности увеличения продаж; 5 этап - составление и реализация программы действия. Критерием выбора оптимальной стратегии - ожидаемая рентабельность, объем вложений финансовых ресурсов, степень риска.

При методе определения конкурентоспособности изделия, основанного на анализе данных внешней торговли используются следующие показатели:

внешнеторговый баланс по данному виду товара;

доля страны в мировом экспорте этого вида изделия.

На уровень конкурентоспособности, определяемый таким образом сказывают влияние: структура ценообразования (курс валют); колебания спроса и предложения на рынке (выбор приемлемой так-

тики внедрения на рынок).

3.4. Представлены рекомендации по разработке ценовой политики предприятия, работающего в условиях рынка. Она должна быть гибкой, реагировать на изменения спроса потребителей и предложения производителей, динамику курсов денежных единиц, уровень инфляции, что будет способствовать эластичности цен, обеспечивающей широкий диапазон выбора тактических мероприятий предприятием, с целью закрепления своих позиций. По степени влияния различных факторов на уровень устанавливаемой рыночной цены их можно расположить следующим образом: издержки производства; цены предприятий, выпускающих аналогичную по своему назначению продукцию; величина спроса; транспортные издержки; надбавки и скидки в пользу посредника; ввозные пошлины и иные сборы; реклама и другие элементы стимулирования сбыта. В этой связи предлагается методика установления цен с учетом рыночных факторов. Она дает возможность сравнить размеры прибыли, получаемой при запланированных ценах и позволяет предприятиям, которые определили для себя норму прибыли, реализовать товар по цене, которая при определенной программе выпуска позволила бы в максимальной степени добиться выполнения этой задачи. Иными словами, при данном методе необходимо найти наиболее выгодную комбинацию между устанавливаемой ценой продукции и объемом производства данного вида товара. С этой целью при анализе издержек и прогнозировании возможного объема реализации выделяют так называемую маргинальную прибыль, которая определяется как разность между поступлениями от продаж и переменными издержками. Далее проводится анализ себестоимости изделия и потребностей в них потребителей, в результате чего мы выходим на несколько комбинаций цены изделия и возможного объема выпуска продукции, а дополнительные расчеты позволят выбрать окончательный вариант цены, позволяющий предприятию эффективно действовать на рынке. В работе представлена методика расчета цены изделия предприятия электронной промышленности, реализовывающего на рынке товары народного потребления. Кроме того, предложен вариант коррекции цен с учетом изменения уровня инфляции, что существенно для поддержания стабильности финансового положения в рыночных условиях.

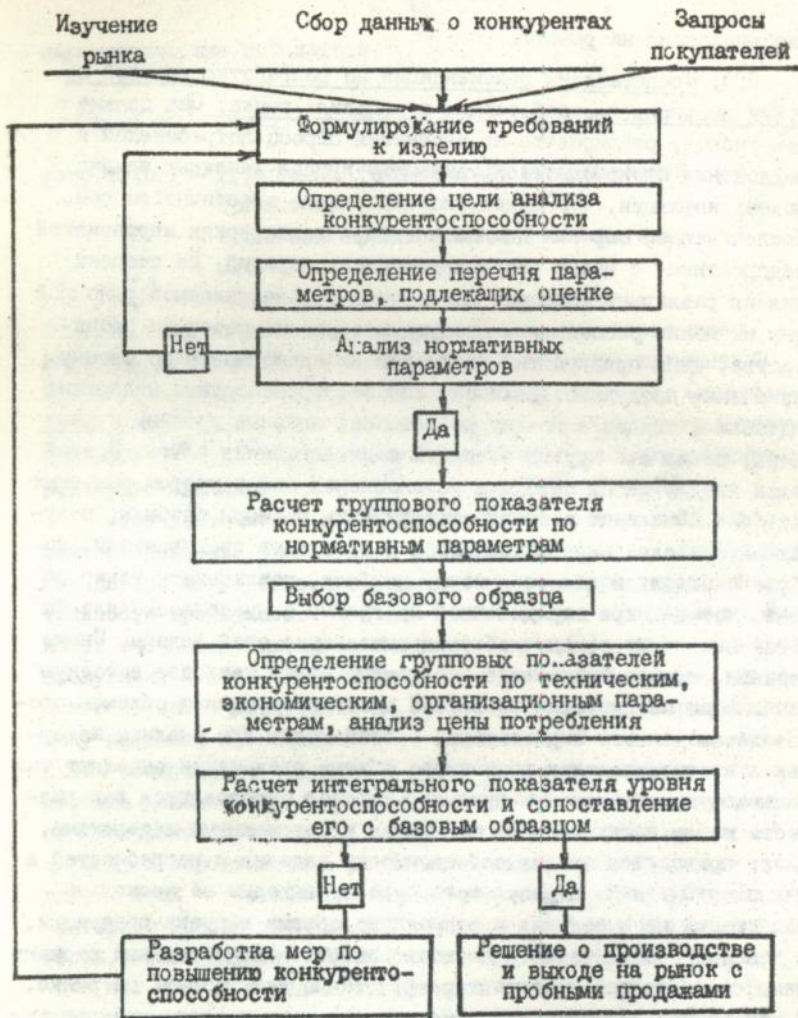


Рис. 1. Схема оценки уровня конкурентоспособности товара

В практике рыночного ценообразования особое место отводится установлению надбавок и скидок к цене изделия. Это весьма важный аспект заключения коммерческих сделок, однако этот процесс должен быть подконтролен предприятию и основываться на расчетах с тем, чтобы возможная модификация цены не привела к уменьшению прибыли предприятия. Представлена методика расчета увеличения объема производства изделия, а также изменение спроса в связи с планируемой скидкой с цены.

3.5. Предложен механизм функционирования внутренней структуры предприятия в рыночных условиях. Для того, чтобы предприятие адекватно реагировало на изменения во внешней среде, необходимо, чтобы рыночные отношения пронизывали внутреннюю структуру предприятия. Это возможно осуществить реализуя концепцию внутреннего маркетинга. Как известно, функционирование предприятия порождает многочисленные отношения обмена: сырьем, полуфабрикатами, готовой продукцией, а также конструктивными или технологическими идеями, информацией и т.д. Система внутреннего маркетинга призвана создать условия, при которых все участники, независимо от того, имеют ли они прямое отношение к процессу производства или косвенное, могут полностью реализовать свои возможности. Для работы этой системы необходимо наличие двух потоков обмена:

потока информации, обеспечивающего обмен между подразделениями предприятия в целом;

потока продуктов-идей, позволяющих совершенствовать качество продукции, технологию, управление.

Эти потоки циркулируют на так называемом внутреннем рынке предприятия, что стимулирует развитие творческого, научного, производственного потенциала. Кроме того, обмен между автономными единицами внутри предприятия: централизованными и децентрализованными, функциональными и оперативными службами на основе циркуляции рынка продуктов-идей и информации будет способствовать обеспечению взаимосвязи отдельных элементов организационной структуры, не ограничивая их самостоятельности.

3.6. Разработаны предложения по созданию рациональной системы товародвижения на предприятии. С целью регулирования поставок товаро-материальных ценностей, финансовых ресурсов,

четкой организации взаимоотношений поставщиков и потребителей, обеспечивающей бесперебойную работу предприятия и реализацию продукции в определенный договорными обязательствами срок, целесообразно создание системы логистики (рис. 2). Она призвана обеспечить взаимосвязь между внутренней и внешней средой, т.е. создать систему управления товарными, материальными, финансовыми и информационными потоками внутри и вне любой производственно-хозяйственной единицы. Реализация логистической системы предусматривает: 1) Создание технических подсистем в складском хозяйстве и движении материалов с тем, чтобы сократить запасы, находящиеся в незавершенном производстве, обеспечить повышение готовности к поставкам за счет сокращения запасов готовой продукции. Это работа системы логистики по активизации внутрихозяйственной деятельности. 2) Рассматриваются вопросы создания внешнелогистических каналов - взаимоотношения с поставщиками, потребителями, производственными и торговыми предприятиями. Контроль за организацией и выполнением поставок потребителю осуществляется в системе логистики с помощью моделирования, т.е. построения логистических цепочек обеспечения по каждому конкретному виду продукции и обеспечения автоматизированного контроля за поставкой комплектующих изделий с заготовительного рынка, организации процесса производства и реализацией готовой продукции через потребительский рынок (рис. 3).

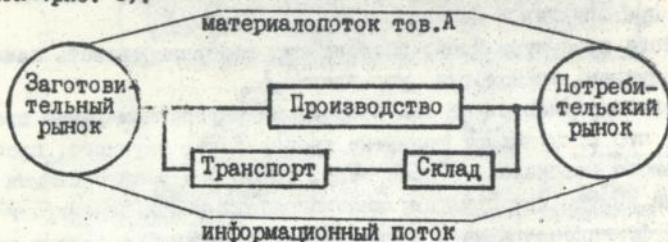


Рис. 3. Схема построения логистической цепочки обеспечения товара А

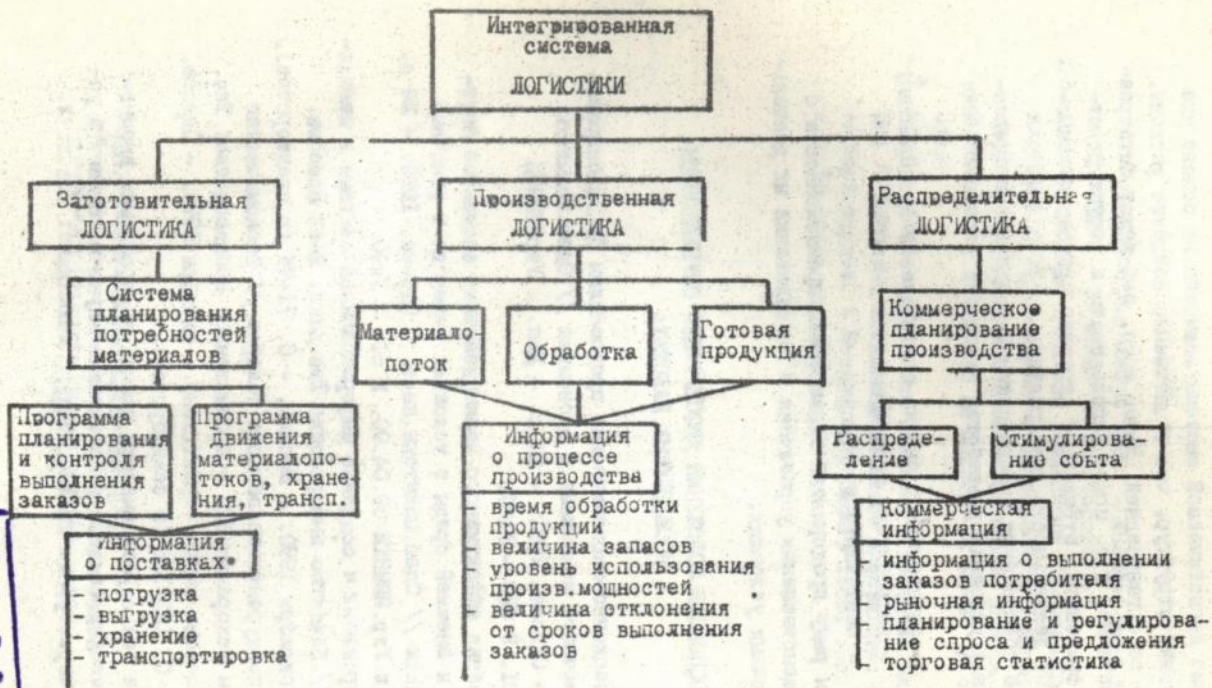


Рис.2 Схема построения интегрированной логистической системы.

Институт  
 АН УРСР

Создание логистической системы возможно на основе уже функционирующих структур, что существенно сократит расходы, связанные с ее организацией. Кроме того, она может быть реализована частично, т.е. можно использовать в структуре отдельные ее фрагменты, отражающие характер производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

С целью обеспечения информационной поддержки предприятия в рыночных условиях разработан пакет баз стратегических данных:

- SIIAN - ситуационный анализ деятельности предприятия;
- CONSUM - потребители продукции;
- SUPPLY - поставщики продукции.

Он предложен ряду предприятий электронной промышленности с целью совершенствования управления и планирования их деятельности в рыночных условиях.

#### 4. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ ОПУБЛИКОВАНЫ В СЛЕДУЮЩИХ РАБОТАХ:

- 4.1. Организационно-экономические предпосылки функционирования рыночного механизма в экономике // Одес. политехн. ин-т. - Одесса, 1991. - 24 с. - Деп. - УкрНИИТИ 16.05.91. № 693 - Укр91.
- 4.2. Организация эффективного взаимодействия элементов внутренней и внешней среды в условиях перехода к рыночным отношениям // Одес. политехн. ин-т. - Одесса, 1990. - 24 с. - Деп. в Укр. НИИТИ 09.04.90. № 616 - Укр90.
- 4.3. Проектирование и создание информационной системы в менеджменте // Качество информации: Тез. докл. 2-ой Всесоюз. конф., октябрь 1990. - Москва, - С. 71-74 (в соавторстве).
- 4.4. Оценка конкурентоспособности товаров // Экономические проблемы ускорения НТП в промышленном производстве: Тез. докл. Всесоюз. науч.-практ. конф., октябрь 1990. - Одесса, 1990. - С. 133-136 (в соавторстве).
- 4.5. Создание баз стратегических данных по проблемам внешне-экономических связей // Статистика науки и техники в условиях перестройки хозяйственного механизма: Тез. докл.

УДК 658.5:62  
1990

Всесоюз. семинара, ноябрь 1988. - Москва: Ин-т экономики АН СССР. - С. 43-47 (в соавторстве).

- 4.6. Организационный механизм реализации экономических нововведений // Нововведения и эксперименты в управлении экономикой: Тез. докл. Всесоюз. семинара, ноябрь 1988. - Москва: Ин-т экономики АН СССР. - С. 43-47 (в соавторстве).
- 4.7. Методы сбора и обработки сведений о качестве информации // Проблемы повышения качества информации: Межвуз. сб. науч. трудов. - Москва, изд. МИИТ, 1988, вып. 808. - С. 58-60 (в соавторстве).

48-

Подл. к печати 0,08,82г. Формат 80x84 1/16.  
Объем 0,7уч. изд. л. 1,0п. л. Заказ № 2148. Тираж 100экз.  
Гортипиграфия Одесского обл. олиграфиздата, цех №3.  
Ленина 49.

184424

