

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
1. ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ РИНКУ.....	8
1.1. Концептуальна модель системи управління ефективністю та конкурентоспроможністю підприємства	8
1.2. Принципи синтезу системи СУ ЕКП.....	15
1.3. Підприємство як відкрита мобільна система у конкурентному середовищі	20
1.4. Сутнісна характеристика конкурентного потенціалу, конкурентоспроможності та ефективності діяльності підприємства...35	
1.5. Вплив бізнес-середовища на ефективну діяльність підприємства.....	45
2. НАУКОВО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОМПЛЕКСНОГО ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	58
2.1. Теоретичні аспекти щодо визначення конкурентоспроможності промислового підприємства.....	58
2.2. Дослідження науково-методичних підходів до інтегральної оцінки <i>КСП</i>	66
2.3. Оцінка конкурентоспроможності товару на етапах його життєвого циклу.....	80
2.4. Моделювання процесу оцінки конкурентоспроможності товару.....	90
3. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	99
3.1. Ефективність як економічна категорія.....	99
3.2. Класифікація основних елементів теорії управління підприємства: ефективність.....	108
3.3. Вибір системи показників оцінки економічної ефективності діяльності підприємства.....	117

3.4. Шляхи підвищення ефективної ринкової діяльності підприємства.....	130
4. ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА...	143
4.1. Теоретичні засади оцінки ефективності маркетингу.....	143
4.2. Напрями та показники оцінки ефективності маркетингу.....	154
4.3. Методичне забезпечення процесу оцінювання ефективності маркетингової діяльності підприємства.....	169
4.4. Науково-методичні рекомендації щодо розрахунку інтегрального показника оцінки ефективності маркетингу	183
5. СУЧАСНІ МЕТОДИ І МОДЕЛІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	191
5.1. Прийняття рішень у сфері управління конкурентоспроможним потенціалом підприємства.....	191
5.2. Використання методів кластерного аналізу у практичній діяльності промислових підприємств.....	196
5.3. Графічна підтримка оцінювання конкурентоспроможності підприємства.....	210
5.4. Методичний підхід до оцінки конкурентоспроможності бренду підприємства.....	234
5.5. Моделювання оцінки ефективності маркетингу.....	200
5.6. Методи і моделі діагностики банкрутства підприємства.....	252
6. СИТУАЦІЙНЕ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСНОЮ ОЦІНКОЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	275
6.1. Технологія ситуаційного управління оцінкою вартості підприємства.....	275
6.2 Методика оцінки вартості підприємства з метою інвестування.....	283
7. БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	293