

## УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ: СТРУКТУРНО-АДАПТИВНЫЙ ПОДХОД

*У статті уточнене поняття конкурентоспроможності підприємства на основі судження про конкурентоспроможність як про об'єктивну й невід'ємну властивість підприємства, що дозволяє йому взаємодіяти з іншими ринковими суб'єктами, а також запропоновано методичний підхід до оцінки рівня конкурентоспроможності промислового підприємства на основі визначення виявленої конкурентоспроможності й конкурентоспроможності з урахуванням потенційної складової.*

*In article is elaborated notion to competitiveness of the enterprise on base of the judgments about competitiveness as about objective and integral characteristic of the enterprise, allowing him to interact with other market subject, as well as is offered methodical approach to estimation level to competitiveness of the industrial enterprise on base of the determination shown to competitiveness and competitiveness with provision for potential forming.*

*Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність продукції, конкурентоспроможність механізму діяльності, адаптивність підприємства, структурний підхід.*

**Постановка проблеми.** Проблема управління конкурентоспособностью промышленного предприятия является актуальной как с научной, так и с практической точки зрения. На сегодняшний день в условиях усиления конкурентной борьбы для каждого промышленного предприятия на первый план выходит задача сохранения и повышения собственной конкурентоспособности. Решение данной задачи является неотъемлемым и необходимым атрибутом хозяйственной деятельности. В контексте кризисных явлений в экономике проблема управления конкурентоспособностью предприятия приобретает особую актуальность в силу повышения изменчивости внешней среды.

В научном плане исследование проблемы управления конкурентоспособностью предприятия также является актуальным. На сегодняшний день научным сообществом не выработано единого общепринятого толкования данной проблемы, ученые рассматривают различные ее аспекты, руководствуясь различными подходами. Такая ситуация во многом объясняется высокой комплексностью исследуемой категории, а также затрудненностью применения эмпирических методов научного исследования. Очевидно, отечественной экономической наукой по объективным причинам еще не накоплено достаточной базы знаний для формирования комплексной теории управления конкурентоспособностью предприятия, поэтому научный поиск и разработка данного направления сохраняют актуальность.

**Анализ основных публикаций.** Вопросы управления конкурентоспособностью предприятия нашли широкое отражение в работах зарубежных и отечественных ученых. Теоретические и методологические основы современной теории конкуренции и конкурентоспособности были заложены в трудах ведущих зарубежных авторов: Портера М., Ансоффа И., Котлера Ф., Стрикленда А. и других. Несмотря на относительно небольшой период развития теории конкуренции в Украине, ее изучению посвящено множество работ отечественных ученых, среди которых заслуженным авторитетом пользуются труды Ю.Б. Иванова [1], Л.В. Балабановой [2], И.Л. Решетниковой, А.Э. Воронковой [3], В.М. Горбатова, Л.И. Поддубной [4], Н.А. Кизима и других авторов.

Вопросам управления конкурентоспособностью предприятия и оценки ее уровня посвящены труды российских ученых: Азоева Г.Л., Гельвановского М.И., Гладышевой И.В. [5], Баевой Д.А. [6], Завьялова П.С., Моисеевой Н.К., Мошнова В.А., Фатхутдинова Р.А., Чернова В.Б., Юданова А.Ю. и др. Вместе с тем, несмотря на обилие научных публикаций, а также длительную, глубокую и всестороннюю разработку теории конкурентоспособности, на сегодняшний день среди ученых нет единства в применяемых подходах, методах оценки и управления конкурентоспособностью, в трактовке основных терминов и категорий. На фоне множества трудов, описывающих отдельные аспекты управления конкурентоспособностью, недостаточное внимание уделяется разработке единого понимания проблемы управления конкурентоспособностью промышленного предприятия. Отмеченные обстоятельства определили актуальность исследования по данному направлению.

Целью статьи является совершенствование методов управления конкурентоспособностью промышленного предприятия на основе ее оценки в краткосрочном и долговременном периодах на основе структурно-адаптивного подхода

**Изложение основного материала.** В основу определения понятия конкурентоспособности положен морфологический принцип: очевидно, что определяемый термин – это сложное имя существительное, имеющее два корня и, исходя из правил словообразования русского языка, оно означает «способность к конкуренции». Следовательно, для того, чтобы дать обоснованное определение понятию «конкурентоспособность», изначально необходимо определить значение двух слов: «способность» и «конкуренция». Определение понятие конкуренции сформулировано в авторской редакции: конкуренция – это процесс опосредованного рынком взаимодействия хозяйствующих субъектов, заинтересованных в достижении аналогичных целей. Конкуренция характеризуется взаимодействием конкурирующих

субъектов, однако оно не может быть прямым, так как хозяйственных связей между конкурентами, как правило, не существует. Любое их взаимодействие должно быть опосредованным, а так как полем конкурентной борьбы является рынок, то и посредником взаимодействия конкурентов выступает именно он. Цели конкурентов могут различаться, но они должны быть аналогичными, то есть должно существовать некое поле интересов, которое не позволяет одновременно в полном объеме удовлетворить амбиции всех предприятий.

На основании определений двух составных частей категории «конкурентоспособность» было синтезировано определение данного понятия. По нашему мнению, конкурентоспособность – это свойство объекта, дающее ему возможность вступать в опосредованное рынком взаимодействие с другими объектами, заинтересованными или участвующими в достижении целей, аналогичных целям объекта. Данное определение постулирует возможность объекта лишь «вступать во взаимодействие с другими объектами», при этом не дается никакой оценки наиболее вероятного исхода такого взаимодействия. На наш взгляд, это предельно верно, так как предопределить исход взаимодействия может тот или иной уровень конкурентоспособности, но не сама конкурентоспособность, являющаяся неотъемлемым свойством объекта, позволяющим ему взаимодействовать с окружающей средой. Средой такого взаимодействия выступает рынок, он же является индикатором его результатов. Конкурентоспособность предприятия проявляется исключительно относительно конкурирующих объектов в процессе и по результатам их взаимодействия [6, с. 37].

На основании определения обобщенного термина «конкурентоспособность» может быть построено определение более узкого и непосредственно интересующего нас термина «конкурентоспособность предприятия». По нашему мнению, конкурентоспособность предприятия – это свойство предприятия, дающее ему реальную и потенциальную возможность вступать в опосредованное рынком взаимодействие с другими его субъектами, заинтересованными в достижении целей, аналогичных целям предприятия. Данное определение удовлетворяет важнейшим требованиям, которые могут быть предъявлены к его содержанию и форме. Во-первых, оно не оперирует терминами, однокоренными с определяемой категорией, во-вторых, оно построено на основании сформулированного выше определения конкурентоспособности и представляет его частный случай, как это и заложено в самой структуре термина.

Методический подход к оценке уровня конкурентоспособности промышленного предприятия должен базироваться на основе определения проявленной конкурентоспособности и конкурентоспособности с учетом потенциальной составляющей. Данный подход построен на основе структурирования категории конкурентоспособности предприятия двумя способами с получением двух взаимосвязанных вариантов структуры (рис. 1).

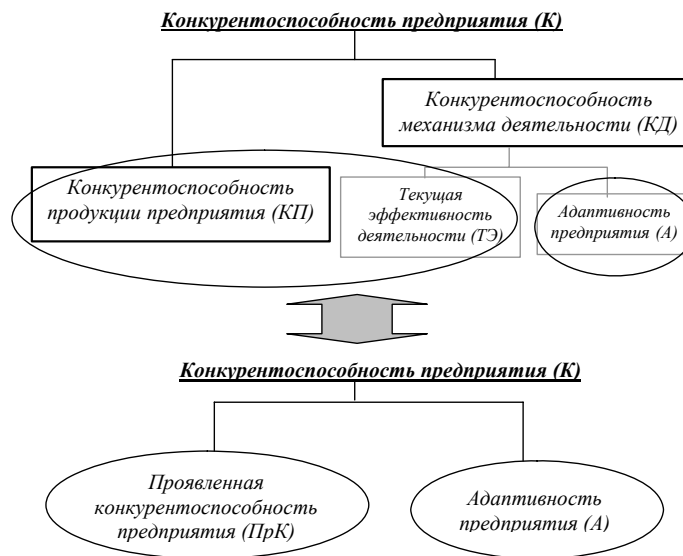


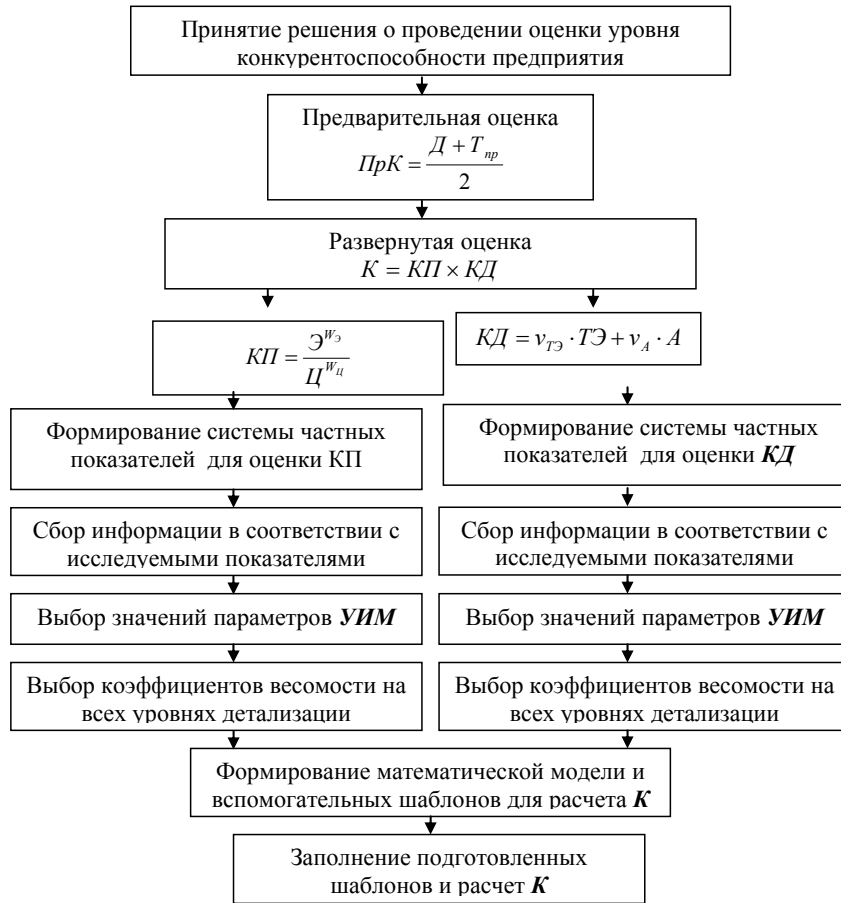
Рис. 1. Структура категории конкурентоспособность предприятия

Оценка уровня конкурентоспособности промышленного предприятия с использованием разработанного метода происходит поэтапно в соответствии со схемой (рис. 2).

Особенностью предложенного метода оценки конкурентоспособности промышленного предприятия является развернутый учет потенциальной составляющей, что особенно важно в условиях нестабильности экономической ситуации. Основным носителем данной составляющей выступает показатель адаптивности предприятия, который характеризует его способность сохранять траекторию развития в меняющихся условиях внешней среды и использовать предоставленные средой возможности. В большинстве случаев потенциальная составляющая конкурентоспособности оценивается либо на основании уже проявленной

динамики основных показателей конкурентоспособности, либо на основании показателей эффективности деятельности предприятия.

Признавая данный подход, необходимо отметить, что и в том и в другом случае мы имеем дело с аспектами уже проявленной конкурентоспособности в конкретных рыночных условиях и выносим суждение о потенциальной составляющей на основании экстраполяции полученных данных.



*PrK* – показатель проявленной конкурентоспособности; *D* – доля рынка, %; *T<sub>пр</sub>* – темп прироста доли рынка, п.п.; *K* – показатель конкурентоспособности предприятия; *KП* – показатель конкурентоспособности продукции; *КД* – показатель конкурентоспособности механизма деятельности; *Э* – уровень потребительского эффекта; *W<sub>з</sub>* – коэффициент весомости уровня потребительского эффекта; *C* – уровень цены потребления; *W<sub>н</sub>* – коэффициент весомости уровня цены потребления; *vTЭ* – коэффициент весомости показателя текущей эффективности деятельности; *TЭ* – показатель текущей эффективности деятельности; *vA* – коэффициент весомости показателя адаптивности; *A* – показатель адаптивности; *УИМ* – условно идеальная модель.

Рис. 2. Этапы оценки уровня конкурентоспособности предприятия

Можно выделить два основных этапа оценки уровня конкурентоспособности предприятия:

1. Предварительная оценка уровня конкурентоспособности предприятия. Производится путем оценки уровня проявленной конкурентоспособности для получения представления о текущей расстановке сил на рынке. Оценка производится на основании данных о занимаемой доле рынка и ее динамике.
2. Развернутая оценка уровня конкурентоспособности предприятия. Производится на основании оценки уровней конкурентоспособности продукции (КП) и механизма деятельности (КД). Основные формулы приведены в табл. 1.

Таблица 1

**Способ расчета показателей, необходимых для оценки показателей КП и КД**

| Формула расчета   | Используемые частные показатели   |
|---|---|
| $\mathcal{E} = \sum_{i=1}^n V_i \cdot \mathcal{E}_i,$ <p>где <math>\mathcal{E}</math> – уровень потребительского эффекта; <math>\mathcal{E}_i</math> – частный показатель потребительского эффекта; <math>V_i</math> – коэффициент весомости частного показателя; <math>n</math> – общее количество частных показателей</p> | <p>Для расчета используются показатели, отражающие эксплуатационные характеристики продукции (мощность, производительность, прочность, износостойкость, экономичность и др.), характеристики восприятия продукции (эстетические показатели, дизайн, имидж и др.), а также инфраструктурные характеристики (условия поставки, уровень сервиса, доступность запасных частей и расходных материалов и др.)</p> |

| Формула расчета  | Используемые частные показатели   |
|--|---|
| $Ц = \frac{Ц_{факт.}}{Ц_{УИМ}}$ <p>где <math>Ц</math> – уровень цены потребления; <math>Ц_{факт.}</math> – цена потребления фактическая, ден. ед.; <math>Ц_{УИМ}</math> – цена потребления в соответствии с УИМ, ден. ед.</p>  | <p>Цена потребления продукции складывается под влиянием следующих показателей: цены приобретения продукции, стоимости ее эксплуатации, стоимости ее ликвидации.</p>   |
| $TЭ = \sum_{i=1}^n V_i \cdot TЭ_i,$ <p>где <math>TЭ</math> – показатель текущей эффективности деятельности; <math>TЭ_i</math> – частный показатель текущей эффективности деятельности; <math>V_i</math> – коэффициент весомости частного показателя; <math>n</math> – общее количество частных показателей</p> | <p>Частные показатели по трем направлениям:</p> <p>1) характеристики эффективности использования ресурсов (показатели рентабельности и оборачиваемости активов, коэффициенты использования основных фондов, коэффициенты использования материалов, производительности труда и др.);</p> <p>2) характеристики организации потоков и процессов (коэффициенты ритмичности процессов, показатели надежности снабжения и сбыта, показатели прогрессивности применяемых технологий и др.);</p> <p>3) удовлетворенность контрагентов (доля постоянных поставщиков, плотность поступления рекламаций, коэффициент текучести кадров, характеристики кредитной истории предприятия и др.)</p> |
| $A = \sum_{i=1}^n V_i \cdot A_i,$ <p>где <math>A</math> – показатель адаптивности; <math>A_i</math> – частный показатель адаптивности; <math>V_i</math> – коэффициент весомости частного показателя; <math>n</math> – общее количество частных показателей</p>   | <p>Адаптивность предприятия формируется под влиянием двух составляющих: адаптивности в условиях колебания конъюнктуры и адаптивности в условиях вынужденного ухода с рынка. Более подробно они будут прокомментированы ниже. Структура расчета показателей базируется на структуре категории адаптивности (<i>адаптивность в условиях колебания конъюнктуры (АК), адаптивность в условиях вынужденного ухода с рынка (АУ).</i>)</p>   |

**Выводы и перспективы дальнейших исследований.** Однако в условиях высокой изменчивости рыночной среды, на наш взгляд, подобная оценка не в полной мере способна отразить действительный уровень потенциальной составляющей конкурентоспособности, так как успешное преодоление внешних вызовов прошлого не является стопроцентной гарантией столь же успешного преодоления вызовов будущего. Необходима оценка потенциальной составляющей через внутренние характеристики предприятия, принципиально определяющие возможности его реакции на любые изменения внешней среды.

### Литература

1. Іванов Ю. Б. Управління конкурентоспроможністю підприємства / Ю. Б. Іванов, М. О. Кизим, О. М. Тищенко. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2010. – 320 с.
2. Балабанова Л. В. Управление конкурентоспособностью предприятия на основе маркетинга / Л. В. Балабанова, А. В. Кривенко. – Донецк : ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2004. – 147 с.
3. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация : [монография] / А. Э. Воронкова. – Луганск : ВГУ, 2000. – 315 с.
4. Піддубна Л. І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління / Л. І. Піддубна. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2007. – 368 с.
5. Гладышева И. В. Диагностика конкурентоспособности на основе теории нечетких множеств / И. В. Гладышева // Экономическая кибернетика: системный анализ в экономике и управлении : сб. науч. трудов. / под ред. Д. В. Соколова, В. П. Чернова. – СПб : Изд-во СПбГУЭиФ, 2005. – Вып. 12. – 254 с.
6. Баева Д. А. Графическая модель оценки конкурентоспособности предприятия / Д. А. Баева // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2009. – Вып. 9. – № 8(141). – С. 37–45.

Надійшла 01.10.2010

УДК 658.8:005.52

Н. С. ІЛЛЯШЕНКО, Ю. С. ШИПУЛІНА  
Сумський державний університет

## ІННОВАЦІЇ У МАРКЕТИНГУ — РУШІЙНА СИЛА ЙОГО ЕВОЛЮЦІЇ

*Проведено аналіз основних етапів розвитку теорії і практики маркетингу, розглянуто основні інноваційні зрушення в його еволюції. Запропоновано класифікацію різновидів маркетингу на основі аналізу етапів його розвитку. Визначено основні напрямки розвитку маркетингу.*

*The analysis of the basic stages of development of the marketing theory and practice is carried out, is considered the basic innovative shifts in its evolution. It is offered classification of marketing kinds on the basis of the analysis of stages of its development. It is defined the basic directions of marketing development.*

*Ключові слова: теорія і практика маркетингу, напрямки розвитку маркетингу.*

На сьогоднішній день, маркетинг є однією з основних філософій ведення бізнесу, що дозволяє підприємствам виживати, активно розвиватися й конкурувати на ринку, в результаті чого їхні доходи