

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ДНР
ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



ЭКОНОМИКА И МАРКЕТИНГ В XXI ВЕКЕ: ПРОБЛЕМЫ, ОПЫТ, ПЕРСПЕКТИВЫ

МАТЕРИАЛЫ XIV МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ

ПОСВЯЩЕНА 90-ЛЕТИЮ КАФЕДРЫ
«ЭКОНОМИКА И МАРКЕТИНГ»

23–24 НОЯБРЯ 2017 ГОДА



ДОНЕЦК 2017

ББК У301+У249.2

УДК У 212.4

- М-34** Материалы XIV-й Международной научно-практической конференции «Экономика и маркетинг в XXI веке: проблемы, опыт, перспективы», 23–24 ноября 2017 г., г.Донецк, ДонНТУ: [посвящ. 90-летию кафедры «Экономика и маркетинг»: материалы] / редкол.: А.А.Кравченко [и др.]. — Донецк: Изд-во ДонНТУ, 2017. — 629 с.

Материалы конференции охватывают широкий спектр вопросов по теории и практике экономики и маркетинга на макро- и микроуровне и при этом включают мнения ученых всех уровней из различных регионов ближнего и дальнего зарубежья.

Для преподавателей и студентов высших учебных заведений.

Редакционная коллегия:

Кравченко Андрей Анатольевич — к.т.н., доц., заведующий кафедрой экономики и маркетинга ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет» (заместитель председателя оргкомитета конференции)

Кучер Вячеслав Анатольевич — д.э.н., проф., профессор кафедры экономики и маркетинга ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»

Харченко Виктория Анатольевна — к.э.н., доц., доцент кафедры экономики и маркетинга ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет» (ответственный секретарь конференции)

Костюк Игорь Сергеевич — к.т.н., доц., докторант кафедры экономики и маркетинга ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»

Ответственность за содержание и достоверность публикаций несут авторы научных докладов. Точки зрения авторов публикаций могут не совпадать с точкой зрения редколлегии.

к.э.н., доц., В.В.Жильченкова, О.А.Гущина
Донецкая народная республика (ДНР), г.Донецк,
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»
e-mail: gushhina-olya@mail.ru

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Аннотация: Рассмотрены сущность понятий конкуренция, кризис, антикризисная программа повышения конкурентоспособности. Проанализированы показатели, способствующие наступлению кризиса на предприятии и предложены меры по выходу из кризиса.

Ключевые слова: конкуренция, кризис, антикризисная программа повышения конкурентоспособности, стратегия инноваций

Наступление финансового кризиса оказывает существенное влияние на деятельность любого предприятия. Поэтому разработка и реализация эффективной антикризисной программы, ориентированной на сохранение деятельности организации, на развитие и рост конкурентоспособности поможет предприятию выйти на новый уровень.

Вопросы конкурентоспособности и ее повышения, конкурентных стратегий предприятия в условиях кризиса изложены в трудах таких ученых, как: Чжан Цин, Батин Е.И., Кичигин А.В., Васильцов В.С. и др.

Целью исследования является определение понятий конкуренция и кризис, анализ показателей, способствующих развитию кризиса на предприятии и предложение мер по выходу предприятия из кризиса.

Управление и повышение конкурентоспособности предприятий в кризисных условиях является важной проблемой, стоящей перед всеми участниками рыночных отношений. Под конкуренцией понимается соперничество между отдельными юридическими или физическими лицами (конкурентами), заинтересованными в достижении одной и той же цели на одном сегменте рынка. С точки зрения предприятия такой целью является максимизация прибыли за счет завоевания предпочтений потребителя.

Конкурентоспособность организации — это относительная характеристика, которая выражается в отличиях развития конкурентных организаций по степени удовлетворения своими товарами потребности людей и по эффективности деятельности. На конкурентоспособность предприятия значительное влияние оказывает социальная среда. Конкурентоспособность продукции представляет основной результат реализации конкурентоспособности организации. Ее возможности конкурировать на определённом рынке непосредственно зависят от конкурентоспособности товаров и услуг, совокупности социально-экономических и организационных факторов.

Кризис — это особое состояние, перелом в развитии, которое имеет как негативные, так и позитивные последствия. Таким образом, для многих компаний в разных странах кризис является не только временем серьезных

испытаний, но и редкой возможностью нового развития. Поскольку в процессе кризиса многие организации могут обанкротиться, то неминуемо произойдет передел рынка, и откроются новые возможности для завоевания и удержания его перспективных ниш [1].

Существуют показатели, иными словами их можно назвать сигналы о нарастании угроз, которые могут привести к наступлению кризиса на предприятии:

- падение величины спроса на товары фирмы, снижение покупательной способности населения, рост величины спроса на товары фирм-конкурентов;
 - ухудшение факторов производства (сокращение предложения сырьевых и материальных ресурсов, рост цен на сырье, материалы и оборудование);
 - неблагоприятные изменения деятельности государственных структур (повышение налоговых ставок и введение новых налогов, неблагоприятное изменение валютного курса);
 - случайные явления (стихийные бедствия, нестабильность внешней политики, неожиданные научно-технические прорывы, реализованные конкурентами);
 - ухудшение технических ресурсов фирмы (износ средств технологического оснащения, применение материалов и полуфабрикатов, снижающих конкурентоспособность продукции);
 - ухудшение параметров технологических ресурсов (отсутствие возможностей для проведения НИОКР);
 - не квалифицированность кадров предприятия;
 - недооценка технической, социальной и экологической безопасности;
 - финансовая политика с систематическим привлечением заемных средств
- [2].

Антикризисная программа повышения конкурентоспособности — это разработанный на основе комплексных маркетинговых исследований формализованный документ, регламентирующий производственно-сбытовую и научно-техническую деятельность предприятия на определенный период времени, призванный обеспечить оптимальный вариант его развития с учетом запросов потребителей и согласно выдвинутым целям, и стратегиям. В процессе разработки антикризисных программ повышения конкурентоспособности необходимо учитывать множественные условия, перспективы и ограничения, как в развитии рынка, так и во внутрифирменном развитии, а также действие прямых и обратных связей с рынком, необходимость приспособления к меняющимся запросам рынка и активного влияния на формирование и расширение рыночного спроса [3].

Разработку антикризисной программы повышения конкурентоспособности предприятия правильнее осуществлять со следующих этапов (рис. 1):

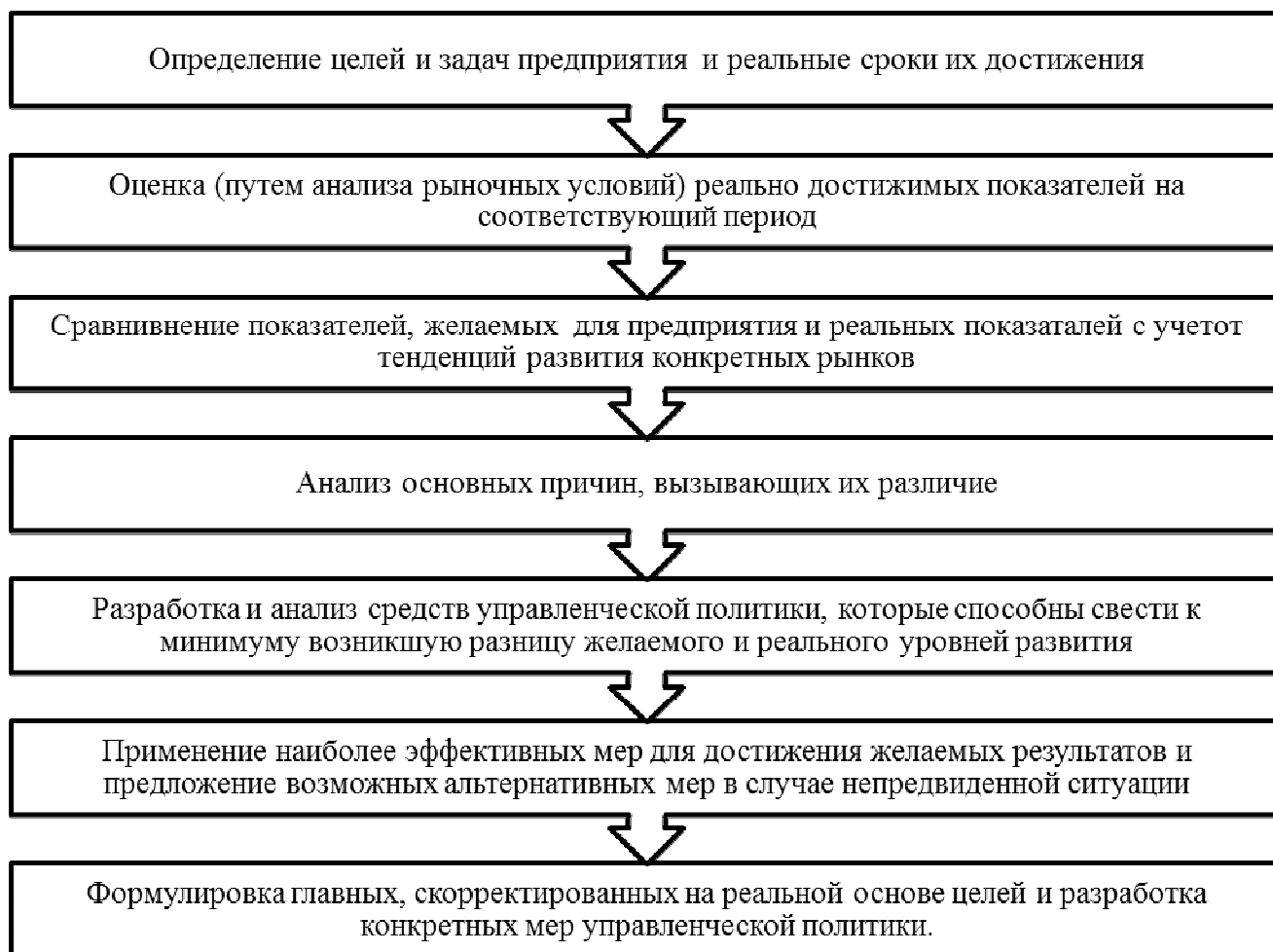


Рисунок 1 –Этапы разработки антикризисной программы повышения конкурентоспособности

Существует комплекс мер, позволяющий предприятию не только сохранить уже имеющиеся конкурентные преимущества, но и усилить их во время кризиса:

1. Проведение кадрового аудита и усиление роли человеческого потенциала, т.к. в условиях кризиса состав кадров играет одну из главных ролей.

2. Использование методов и принципов инновационного менеджмента. Стратегия инновации — наилучший метод обеспечения конкурентоспособности в условиях антикризисного управления. Желательно каждые три года проводить аттестацию выпускаемых изделий, технологий, оборудования и рабочих мест, анализ рынков и каналов распределения товаров. Необходимо понимать, что инновация означает не только разработку новой идеи по производству продукции, но и разработку собственной, отличной от конкурента стратегии развития.

3. Рост качества продукции. Качество продукции является важным составляющим для конкурентоспособности предприятия и является источником увеличения потребительской ценности, тем самым увеличивая спрос и в последствии прибыль предприятия.

4. Антикризисный PR. В кризисной ситуации необходимо взаимодействовать с внешней средой посредством СМИ, которые являются средством распространения информации на наступлении кризиса на предприятии, а с другой ключевым инструментом его урегулирования. Данную функцию осуществляет отдел по связям с общественностью.

5. Корпоративный менеджмент. Необходимо также уделять внимание эффективной работе корпоративного менеджмента. Предприятие должно развиваться и иметь стратегическое партнерство с другими предприятиями и совместно с ними использовать новую техническую информацию, проводить научно-исследовательские работы, которые выведут предприятие на новый уровень [1].

Таким образом можно сделать вывод, что кризис — это резкое переломное состояние. В условиях кризиса обеспечение конкурентоспособности является важной задачей для предприятия, т.к. выпускаемая конкурентоспособную продукцию можно поддерживать уровень спроса. Руководству предприятия в условиях кризиса необходимо уделять внимание кадровому составу и не забывать про стратегию инноваций и разработку собственной новой стратегии. А так же каждому предприятию необходимо иметь свою антикризисную программу для более легкого и быстрого выхода предприятия из кризиса с минимальными издержками.

Библиографический список:

1. **Цин Ч.** Обеспечение конкурентоспособности организации в условиях кризиса: автореф. дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.05: защищена 26.02.2010: утв. 28.06.2010 / Цин Чжан. — Москва, 2010. — 20 с.
2. **Кичигин А.В., Васильцов В.С.** Управление конкурентоспособностью предприятия в условиях кризиса / А.В. Кичигин, В.С. Васильцов // Записи горного института. — 2010. — №1. — С. 46–48.
3. **Батин Е.И.** Повышение конкурентоспособности промышленных предприятий в условиях кризиса: автореф. дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.05: защищена 16.03.2011: утв. 22.07.2011 / Батин Евгений Иванович. — Орёл, 2011. — 20 с.

СОДЕРЖАНИЕ

Т.Б.Надтока КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И МАРКЕТИНГ». Исторический аспект.....	3
В.А.Кучер КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И МАРКЕТИНГ». Отметила 90-летний юбилей!	13
СЕКЦИЯ 1. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ДОНЕЦКОГО РЕГИОНА	18
З.Г.Аракелова, А.А.Какунина ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ СОЦИАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	18
А.А.Бачурин, Р.А.Голоднюк ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СРЕДА ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЕИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ.....	22
А.А.Деньченко, Р.П.Лизогуб ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА УГОЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	30
А.В.Жадан, Т.Л.Дичук ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАДЕЖНОСТИ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ	36
В.В.Жильченкова, О.А.Гущина УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА	39
Н.В.Кислухина ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА.....	43
Е.И.Копачёва СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ	49
Е.И.Копачёва УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....	55
Ю.П.Коршунов НОВЫЙ ПРОЕКТНЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	60
И.С.Костюк СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ: ПОНЯТИЕ И ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ПРИЗНАКИ	65
И.С.Костюк, А.В.Агарков РОЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ ПРОЦЕССАМИ ШАХТЫ НА ПРИМЕРЕ ВЫБОРА И ОРГАНИЗАЦИИ ВНЕДРЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО СПОСОБА ПОДДЕРЖАНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ ВЫЕМОЧНЫХ ВЫРАБОТОК В ЗОНЕ СОПРЯЖЕНИЯ С ОЧИСТНЫМ ЗАБОЕМ	71
И.С.Костюк, С.С.Якубовский ЭЛЕМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ КРУГООБОРОТОМ РЕСУРСОВ НА ШАХТЕ.....	77

Научное издание

Материалы XIV-й Международной научно-
практической конференции

«Экономика и маркетинг в XXI веке:
проблемы, опыт, перспективы»

(23–24 ноября 2017 г., г.Донецк, ДонНТУ)

Языком оригинала

Стиль, компьютерная верстка и техническое
редактирование оригинал-макета — Костюк И.С.