

науково-технічною революцією у житті суспільства – це знання. А супутницею цих змін є нова господарська структура: репродуктивна – із превалюванням інтелектуального продукту та ринкової інфраструктури; галузева – із домінуючою роллю науково-технічної сфери та нових наукоємних галузей, організаційно-управлінська – із зростанням ролі інтернаціонального рівня репродукції; соціально-економічна – із великою приватною власністю та зростанням частки міжнародної власності.

На засадах проаналізованих даних зробимо загальний висновок. Господарська структура не тільки достатньо динамічна, але й тісно пов'язана з циклічними змінами у суспільно-економічному житті. Відомо, що головною проблемою економічної науки є обмеженість ресурсів у кожен даний момент часу. Але відомо також, що ця обмеженість згодом долається, адже з'являються або нові ресурси, або старі постають у нових умовах і формують новий економічний потенціал, як це було продемонстровано вище. І всі ці зміни у ході економічного розвитку викликають зміни в господарській структурі, яка у силу власної динамічності здатна прилаштовуватися, щоб найбільшою мірою сприяти максимальному розвитку економічного потенціалу країни і суспільства.

Література: 1. Касабова І. А. Структурна політика в Україні: шляхи вдосконалення та напрями подальших зрушень / І. А. Касабова // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 3(81). – С. 15–22. 2. Федуллова Л. Технологічна структура економіки України / Л. Федуллова // Економіст. – 2008. – № 5. – С. 28–33. 3. Яценко Б. П. Структура господарства Японії / Б. П. Яценко – К. : НАН України ; Інститут сходознавства ім. А. Кримського, 2006. – 254 с. 4. Мочерний С. В. Політична економія : [навч. посібн.] / С. В. Мочерний, Я. С. Мочерна. – К. : Знання, 2007. – 684 с. 5. Экономическая теория : [учебник / общ. ред. В. И. Видяпина, А. И. Добрынина, Г. П. Журавлевой, Л. С. Тарасевича]. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 714 с. 6. Кошелев А. Н. Национальная экономика / А. Н. Кошелев [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://fictionbook.ru/author/anton_nikolaevich_koshelev/nacionalnaya_yekonomika/read_online.html?page=1.

*Стаття надійшла до редакції
16.11.2009 р.*

УДК 005.511:339.137

Сохацкая А. В.

ПРОЦЕСС ПЛАНИРОВАНИЯ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

The article is devoted to the process of planning the products competitiveness level. The process content and interaction between its stages are studied.

Одной из важнейших задач любой современной производственной системы является повышение уровня конкурентоспособности выпускаемой продукции. Методы решения этой задачи базируются на последовательной реализации управленческих функций. Ключевой среди них является функция планирования, что обуславливает значимость ее для укрепления конкурентных позиций предприятия.

В общем виде планирование определяется в литературе как "вид управленческой деятельности, связанной с составлением планов организации в целом, ее подразделений, функциональных подсистем" [1, с. 82]. Подробнее определяет данную функцию Р. А. Фатхутдинов, рассматривая планирование как процесс, или "комплекс работ по анализу ситуации и факторов внешней среды, прогнозированию, оптимизации и оценке альтернативных вариантов достижения целей, выбору наилучшего варианта плана" [2, с. 86].

Исходя из приведенного выше определения, планирование конкурентоспособности продукции предполагает выработку последовательности действий по определению основных направлений повышения конкурентоспособности продукции, прогнозированию желаемого уровня конкурентоспособности, моделированию процесса достижения прогнозного уровня.

Значимость результатов данного процесса для укрепления конкурентных позиций продукции, а вместе с ней и предприятия, обуславливает объективную необходимость в исследовании теоретико-методических основ планирования конкурентоспособности продукции.

В современной экономической литературе отсутствует единая общепринятая трактовка содержания планирования конкурентоспособности продукции. Исследуя причины данного факта, установлено, что важным условием определения содержания планирования является выбор уровня управления. Так, при управлении конкурентоспособностью предприятия процедура планирования выступает элементом процесса реализации общей, или деловой, стратегии предприятия. Согласно трактовке взаимосвязи между планами организации [1, с. 84], планирование в данном случае осуществляется на стратегическом и тактическом уровнях. Однако в условиях динамично развивающейся экономики планирование конкурентоспособности продукции на долгосрочную перспективу является нецелесообразным. Исходя из этого, процедура планирования конкурентоспособности продукции не находит освещения в работах, посвященных управлению конкурентоспособностью предприятия [2 – 6].

В общепринятой иерархии стратегию конкурентоспособности продукции, несомненно, относят к ряду функциональных стратегий. В соответствии с вышеупомянутой трактовкой [1, с. 84] планирование этой важнейшей категории осуществляется на тактическом и оперативном уровнях, что позволяет достигать требуемой точности прогноза.

В настоящее время выработана определенная последовательность осуществления планирования для управления организационно-техническими системами, нашедшая отражение в работах [1; 3; 7], однако методики планирования конкурентоспособности продукции все еще требуют исследования и уточнения. Так, В. Н. Спицнадель в работе [8] определяет планирование как последовательность действий по отбору и подготовке к реализации определенного варианта развития системы. Такая последовательность не регламентируется автором, отмечается лишь необходимость качественной и количественной оценки прогнозного варианта для принятия плана.

Однако для успешной реализации плана необходимо закрепление видов работ и установление их последовательности. С функциональной точки зрения планирование подразделяют на этапы в зависимости от задач исследования. В частности, Р. А. Фатхутдинов в работе [3, с. 58 – 59] выделяет пять этапов планирования конкурентоспособности предприятия: организация, анализ, прогнозирование, оптимизация и оценка, оформление плана. Выделенные этапы не раскрывают с необходимой точностью содержание процедур планирования. В другой работе [2, с. 273] этого автора при формировании конкурентной стратегии объектов общепринятые этапы прогнозирования, анализа и оценки, моделирования находят дальнейшее развитие в изучении потребностей рынка, стратегическом сегментировании, нормировании конкурентоспособности объектов, что отражает особенности управления такой категорией, как конкурентоспособность.

В. И. Мухин [7, с. 165 – 176] расширяет перечень этапов процедуры планирования, уделяя больше внимания этапу

организации процесса планирования, в виде алгоритма действий, имеющий на входе утвержденное решение о достижении цели в определенном направлении, а на выходе – перечень задач для исполнителей по реализации запланированного. Автор также уделяет внимание необходимости разработки и оптимизации модели плана.

Моделирование лежит в основе планирования конкурентоспособности предприятия и в других работах. Так, в работе [9] авторы решают задачу планирования путем построения математической модели в условиях нелинейной оптимизации на базе соотношения основных конкурентных факторов и их влияния на уровень конкурентоспособности.

При наличии особенностей в последовательности планирования в каждой работе акцентируется приоритет целей системы при определении сущности планирования. Общие цели организации задают вектор развития, обуславливают выбор задач и поиск методов их решения. Также необходимым этапом, присутствующим в большинстве исследованных процедур, является этап организации или ресурсного обеспечения процесса планирования. Наряду с этим находит отражение в большинстве исследованных работ моделирование и прогноз вариантов развития объекта планирования.

Исходным общим признаком, выявленным в ходе исследования литературы по данному вопросу, является определение планирования как процесса. С этой позиции планирование конкурентоспособности продукции представляет собой процесс последовательной реализации работ по формированию плана достижения желаемого уровня. Этапами данного процесса выступают определение желаемого уровня, выбор методов его достижения, а также последовательности их реализации, установление основных параметрических характеристик планируемой продукции с учетом прогноза конкуренции и требований рынка, выделении ключевых элементов системы управления конкурентоспособностью и формировании плана их взаимодействия в процессе создания продукции.

Как следует из проведенного выше анализа, в современной литературе наблюдается мультивариативность трактовок последовательности планирования, что затрудняет реализацию достижения стратегических целей управления. В частности, в разработке планов предприятия не находят отражение особенности этапов планирования на различных уровнях управления конкурентоспособностью продукции. Однако различия в уровне конкурентоспособности отдельных товарных групп в рамках одного производства требуют использования механизма распределения общего индекса на групповые составляющие.

Кроме того, анализ хозяйственной деятельности отечественных предприятий свидетельствует о необходимости расширения спектра факторов, влияющих на уровень конкурентоспособности продукции. Так, основное внимание при планировании традиционно уделяется уровню затрат на производство, а также качеству продукции на основе стандартизации и сертификации производства. Определение прочих конкурентообразующих факторов следует осуществлять в процессе планирования. Таким образом, можно констатировать наличие потребности в формировании согласованного механизма реализации процесса планирования уровня конкурентоспособности продукции.

Целью данного исследования является уточнение содержания этапов данного процесса и разработка методов их реализации. Для достижения поставленной цели необходимо решить такие задачи:

- разработать алгоритм планирования уровня конкурентоспособности продукции;
- обосновать методы реализации отдельных блоков данного алгоритма в условиях функционирования предприятия.

Проведенный анализ литературных источников позволил сформулировать определенную последовательность действий по планированию конкурентоспособности продукции в виде процесса. Однако его особенности требуют внесения значительных уточнений в содержание, входы и выходы этапов общего алгоритма.

Исходный блок процесса планирования будет иметь следующий вид (рис. 1).

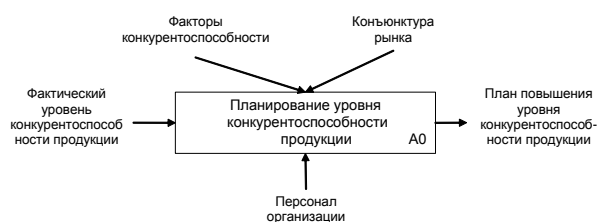


Рис. 1. Исходный функциональный блок процесса планирования конкурентоспособности продукции

Так, общим входом данного процесса является фактический уровень конкурентоспособности продукции, а результатом преобразования функции, или выходом – сформулированный план повышения уровня конкурентоспособности продукции. Ресурсом, или механизмом преобразования входа, является персонал маркетингового и экономического отделов предприятия. Элементами управления, или регламентами процесса, выступают факторы конкурентоспособности, спрос и конъюнктура рынка, которые обуславливают реализацию основной функции процесса – планирование уровня конкурентоспособности продукции.

Однако для достижения конечной цели необходимо декомпозировать родительский блок на отдельные подфункции, определить их состав, взаимосвязи и условия реализации. В результате декомпозиции получим систему взаимосвязанных функциональных блоков, раскрывающих содержание процесса планирования конкурентоспособности продукции поэтапно.

С позиций общей теории управления предполагается осуществление планирования конкурентоспособности продукции на стратегическом, тактическом и оперативном уровнях. На каждом уровне выделяются блоки элементов процесса, имеющие опосредованную взаимосвязь через входы и выходы отдельных элементов. Общим управляющим элементом для совокупности функциональных блоков являются спрос и конъюнктура рынка, а механизмом их реализации – персонал организации. Разукрупненный алгоритм процесса планирования конкурентоспособности продукции описывается диаграммой на рис. 2.

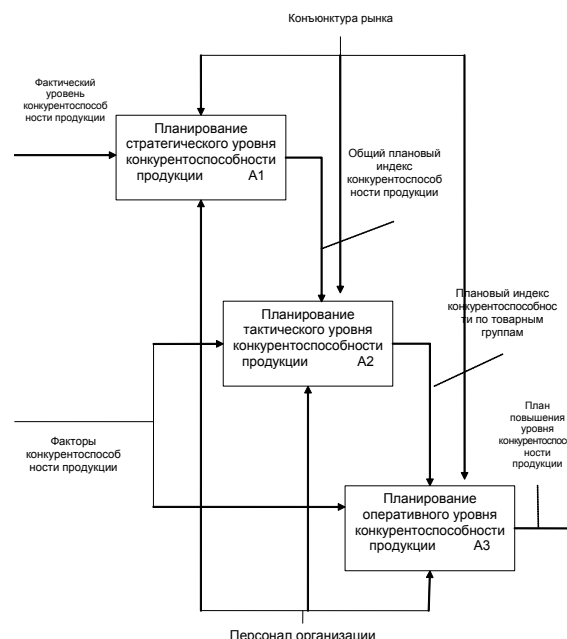


Рис. 2. Процесс планирования уровня конкурентоспособности продукции

Так, базовым условием реализации процесса планирования конкурентоспособности продукции на стратегическом уровне является определение желаемого уровня конкурентоспособности в плановом периоде. Это условие соответствует

етапу целеполагания, выделяемому в большинстве научных работ при определении сущности планирования.

Основываясь на фактическом уровне конкурентоспособности и требованиях рынка, руководству планово-экономического и маркетингового отделов предприятия необходимо спрогнозировать величину повышения общего уровня конкурентоспособности продукции, обеспечивающую укрепление конкурентных позиций исследуемого бренда. Выходом блока стратегического планирования является, таким образом, установление общего планового индекса конкурентоспособности продукции, регламентирующего реализацию блока тактического планирования.

Тактический уровень планирования предполагает выработку механизма достижения стратегических целей. Особенностями продукции отдельного предприятия является наличие, как правило, нескольких товарных линий, удовлетворяющих потребности различных целевых аудиторий. Усреднение планового уровня конкурентоспособности отдельных товарных групп снижает достоверность и объективность оценки, а также потенциальную возможность предприятия их удовлетворять. В связи с этим возникает необходимость в дифференциации планового индекса конкурентоспособности продукции для отдельных товарных групп исследуемого предприятия.

Входом данного функционального блока служит множество конкурентообразующих факторов. Определение и оценка факторов, влияющих на достижение целей планирования, является необходимым условием данного процесса. Структурирование конкурентообразующих факторов в процессе тактического планирования позволяет сформулировать набор наиболее значимых факторов, необходимый для реализации блока оперативного планирования. В качестве основных групп факторов рассматриваются базовые (качественно-ценовые), специфические (имидж, дизайн, эксклюзивность, новизна) и дополнительные (условия реализации, стадия жизненного цикла) [10, с. 173].

Переход к оперативному уровню предполагает планирование показателей конкурентоспособности внутри товарной группы. Очевидно, что среди множества товаров одной группы можно выделить более конкурентоспособные и те, что имеют более слабые конкурентные позиции. Вследствие этого распределение группового индекса конкурентоспособности внутри товарной группы требует применения специальных методов. Разработка и применение таких методов являются элементами процесса оперативного планирования.

На последующем этапе реализации данного блока следует учесть изменение конкурентообразующих факторов и их влияние на отдельные индексы конкурентоспособности продукции в прогнозном периоде. Прогнозирование изменений факторов целесообразно проводить методами эконометрического моделирования. В процессе реализации данного блока устанавливаются взаимосвязи между выделенными ранее факторами и уровнем конкурентоспособности продукции по избранному направлению. Результатом является построение динамической многофакторной модели достижения планового уровня конкурентоспособности продукции.

Для выявления резервов повышения уровня конкурентоспособности на всех уровнях и формированию плана работ по достижению запланированных показателей необходимо провести анализ отклонений прогнозных значений от плановых на каждом уровне. Реализация данного этапа процесса оперативного планирования позволит сформулировать поэтапную последовательность работ по повышению уровня конкурентоспособности продукции и обеспечить контроль выполнения плана.

В результате применения процессного подхода к задачам исследования разработан алгоритм планирования уровня конкурентоспособности продукции. Предложенный алгоритм определяет содержание планирования как процесс последовательного преобразования входа – имеющегося уровня конкурентоспособности продукции, в утвержденный в виде плана набор практических заданий по достижению запланированного уровня.

В рамках данного алгоритма сформирована последовательность и обоснованы методы реализации этапов процесса планирования в условиях конкурентной среды.

Использование предложенного алгоритма при управлении конкурентоспособностью продукции позволит спрогнозировать различные сценарии достижения конкурентоспособности при колебаниях конъюнктуры и изменениях внутренней среды функционирования предприятия.

Дальнейшими перспективами исследования является детализация этапов предложенного алгоритма, разработка и применение методов достижения планового уровня конкурентоспособности продукции в прогнозном периоде.

Литература: 1. Азов Г. Л. Управление организацией / Г. Л. Азов, В. П. Баранчев, В. Н. Гунин ; под ред. А. Г. Поршнева. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 715 с. 2. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000 – 311 с. 3. Фатхутдинов Р. А. Производственный менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – СПб. : Питер, 2003. – 490 с. 4. Шинкаренко В. Г. Управление конкурентоспособностью предприятия / В. Г. Шинкаренко, А. С. Бондаренко. – Харьков : ХНАДУ, 2003. – 186 с. 5. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия / Ю. Б. Иванов, А. Н. Тищенко, Н. А. Дробитько, О. С. Абрамова. – Харьков : Изд. ХНЭУ, 2004. – 256 с. 6. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства / за заг. ред. Ю. Б. Іванова, О. М. Тищенка. / Харків: ВД "ІНЖЕК", 2006. – 384 с. 7. Мухин В. И. Основы теории управления / В. И. Мухин. – М. : Экзамен, 2003. – 255 с. 8. Спицнадель В. Н. Основы системного анализа / В. Н. Спицнадель. – СПб. : ИД "Бизнес-пресса", 2000. – 326 с. 9. Управление маркетинговым потенциалом предприятия / под ред. Ю. Г. Лысенко, Н. Г. Гузь. – Донецк : Юго-Восток, 2005. – 351 с. 10. Сохацкая А. В. Систематизация факторов конкурентоспособности продукции / А. В. Сохацкая // Молодь України і соціально-орієнтована економіка : сб. мат. Міжн. наук. конф. – Харків : ХНАДУ, 2004. – С. 173. 11. Маренков Н. Л. Управление обеспечением качества и конкурентоспособности продукции / Н. Л. Маренков, В. П. Мельников. – Р.-на-Д. : Феникс ; М. : Научн. ин-т бизнеса, 2004. – 508 с. 12. Мазур И. И. Реструктуризация предприятий и компаний : учебн. пособ. / И. И. Мазур, В. Д. Шапиро. – М. : ЗАО "Издательство "Экономика", 2001. – 456 с.

Стаття надійшла до редакції
24.11.2009 р.

УДК 658.589

**Миронова Т. Л.
Карлова А. И.**

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ КАТЕГОРИЙ "ИННОВАЦИЯ" И "ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ"

The essence of concepts "innovation" and "innovative processes" as economic categories has been investigated in this article. Features of manifestation of innovative activity in conditions of economic crisis are also considered here.

Инновации и инвестиции являются основной характеристикой экономической деятельности и двигательной силой развития производства. В современных условиях хозяйствования инноваций представляют собой не отдельное направление