

вкладень, та дозволяє підприємству не допустити виникнення негативного ефекту росту масштабів виробництва.

**Список літератури:** 1. Лебедев В.Г. и др. Управление затратами на предприятии: учебное пособие / под ред. проф. Краюхина Г.А. – СПб.: Бизнес–пресса, 2004. – 256 с. 2. Економіка виробничого підприємництва: Навч. посіб./ Й.М. Петрович, І.О. Будіщева, І.Г. Устінова та ін.; За ред. Й.М. Петровича. – 3–тє вид., випр. – К.: Знання, 2002. – 405 с. 3. Панасюк В. Управління витратами виробництва. – Тернопіль: Економічна думка, 1999. – 118 с.

*ТКАЧЕВА Н.П.*, асистент, НТУ «ХПИ»

## **АДАПТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫМИ ПРИЕМУЩЕСТВАМИ**

В литературе, посвященной анализу конкурентоспособности предприятий, встречается мнение, что конкурентное преимущество предприятия, как и всякое другое явление, не может существовать вечно. Это объясняется постоянным изменением конъюнктуры рынка, изменениями факторов, влияющих на достижение преимуществ, моральным и физическим старением элементов стратегического потенциала предприятия.

В связи с этим, мы считаем, что необходимо ввести понятия жизненного цикла конкурентного преимущества. Продолжительность жизненного цикла для различных фирм будет различной, однако характер кривой, описывающий жизненный цикл конкурентного преимущества фирмы, будет похожий.

Кривая жизненного цикла конкурентного преимущества состоит из отдельных участков, каждый из которых описывает зависимость уровня конкурентного преимущества от условий, возникающих в той или иной отрезок времени. Эти условия создают определенные предпосылки для темпов изменения уровня конкурентного преимущества. Рис. 1.



Рисунок 1. Кривая жизненного цикла конкурентного преимущества

Формирование – период, в рамках которого происходит формирование конкурентного преимущества;

Использование – период, в пределах которого конкуренты действуют с позиции прежних имеющихся конкурентных преимуществ;

Разрушение – конкуренты начинают разрушать конкурентное преимущество;

H – величина преимущества, которая может быть выражена в виде показателя (в %).

На наш взгляд модель жизненного цикла имеет ряд недостатков:

а) Классический вариант кривой жизненного цикла может встретиться лишь в том случае, если предприятие достигает лидерства в умирающей отрасли и ее преимущества «умирают» вместе с отраслью благодаря тому, что конкуренты постепенно покидают арену борьбы. В перспективной отрасли компании всеми силами стараются поддерживать достигнутое преимущество, используя различные приемы конкурентной борьбы.

б) Модель предполагает, что, достигнув желаемой позиции в отрасли, предприятие не предпринимает действий для укрепления своих конкурентных преимуществ. На практике предприятия напротив, стремятся возвести такие барьеры для конкурентов, которые позволят им длительное время остаться лидерами, используя возможности для обновления своих конкурентных преимуществ.

Уровень развития национальной экономики в целом и отдельных отраслей и предприятий определяется достигнутым этими отраслями и предприятиями уровнем конкурентных преимуществ. Поскольку конкурентный статус предприятий формируется внешними и внутренними факторами, естественно полагать, что о своем стратегическом потенциале фирма должна заботиться сама.

Некоторые зарубежные экономисты (М. Arnoldo) пишут о невозможности создания устойчивого конкурентного преимущества. По их мнению, вместо этого, предприятия должны учиться конкурировать путем создания временных конкурентных преимуществ. Действительно, в современной высококонкурентной среде, в условиях ограниченных ресурсов, устойчивые конкурентные преимущества чрезвычайно редки, и для их создания требуется изучить все факторы, влияющие на достижение предприятием конкурентных преимуществ с учетом их функционирования в нестабильной экономике.

**ТРОФИМОВА І.В.**, маг., НТУ «ХП», Харків

### **ВАЖЛИВІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ**

Серед показників, що характеризують ефективність роботи підприємства показник собівартості займає визначне місце. Він відображає якість виробничо-господарської роботи всього підприємства і ступінь використання ресурсів, оскільки, по-суті є узагальнюючим.

Управління собівартістю завжди пов'язується із визначенням витрат, що її формують, розрахунком її планового та фактичного рівня, аналізом за структурою, плануванням та реалізацією резервів зниження.

Тенденція останніх років щодо збільшення собівартості продукції через збільшення вартості сировини та матеріалів, витрат на рекламу, та амортизацію говорить про необхідність пошуку підприємствами шляхів зниження собівартості.