Третий способ разрешения конфликтов – непосредственно конкурентное соперничество может быть избран организацией при наличии или создании конкурентного преимущества, т.е. реальной и потенциальной возможности в существующих условиях проектировать, изготовлять и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны, чем товары их конкурентов, что требует формирования соответствующей конкурентной маркетинговой стратегии.

В рамках теории конкуренции сформировалось несколько методологических подходов к формированию подобной стратегии.

В первую очередь, это системный подход, в основе которого лежит восприятие объектов как системы, состоящих из двух составляющих: окружение, включающего вход и выход системы, связь с внешней средой, обратную связь; внутренняя структура – совокупность взаимосвязанных компонентов, обеспечивающих процесс воздействия субъекта управления на объект, переработку входа в выход и достижение целей системы.

Воспроизводственно-эволюционный подход к построению конкурентной стратегии ориентирован на постоянное возобновление производства товара для удовлетворения потребностей конкретного сегмента рынка с меньшими (по сравнению с лучшими товарами-аналогами) совокупными затратами на единицу полезного эффекта.

Инновационный подход заключается в ориентации на активизацию инновационной деятельности организации, при этом важно помнить, что факторы производства и инвестиции являются средствами научно обоснованной инновационной деятельности, но не ее целью.

Процессный подход рассматривает формирование конкурентной маркетинговой стратегии как процесса формулирования долгосрочных целей и стратегий для всего предприятия и его подразделений путем сопоставления имеющихся ресурсов и открывающихся возможностей. Его назначение помочь предприятию достичь реальных целей и занять желаемую конкурентную позицию за определенное время. Данный подход служит снижению риска допустить ошибку и поставить предприятие в конкурентную позицию, позволяющую конкурентам эффективно отреагировать на произошедшие изменения, обратив их в свою пользу.

Ситуационный подход концентрируется на том, что пригодность разных параметров конкурентоспособности определяется конкретной ситуацией. Поскольку существует большое количество факторов как в самой фирме, так и во внешней среде не существует лучшего единого способа формирования конкурентной стратегии. Самым эффективным методом в конкретной ситуации является метод, который более всего соответствует данной ситуации, максимально адаптирован к ней.

Интеграционный подход к формированию конкурентной маркетинговой стратегии нацелен на исследование и усиление взаимосвязи между отдельными компонентами стратегии, между стадиями жизненного цикла объекта конкуренции, между уровнями управления в организации с целью объединения (интеграции) всех элементов стратегии и факторов на нее влияющих.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дж. О'Шонесси. Конкурентный маркетинг: стратегический подход / Пер. с англ. Под ред. Д.О. Ямпольской . – СПб: Питер, 2001 – 864 с.

2. М. Мак-Дональд. Стратегическое планирование маркетинга. – СПб.: Издательство «Питер», 2000. – 320 с.

3. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок / Перев. С англ. Под ред. В.Б. Колчанова. – СПб.: Питер, 2004. – 800с.

4. Планы маркетинга. Как их составлять и использовать. – М.: Издательский Дом «Технология», 2004.

Работа представлена на III научную конференцию с международным участием «Экономические науки. Актуальные проблемы фундаментальных исследований», 19-26 февраля 2005г. Хургада (Египет) Поступила в редакцию 07.01.05

ЭФФЕКТИВНА ЛИ ИНТЕГРАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В РОССИИ?

Куркин А.В., Потехин Н.А.
Уральский государственный экономический университет
Екатеринбург

Создание крупных интегрированных промышленных компаний – одна из важнейших тенденций экономических преобразований российской экономики. Результаты их деятельности в реальном секторе российской экономики свидетельствуют о возрастающем влиянии интеграции на общий объем промышленного производства в России. Предприятия, объединенные в компании, в состоянии более гибко реагировать на изменения спроса на потребительских рынках. Формирование и функционирование интеграционных образований имеют смысл при получении синергетического эффекта от объединения. Достижение эффекта во многом является результатом обоснованной стратегии развития.

На практике для максимизации эффекта синергии необходимо тщательно выбирать тип слияния, цель и стратегию. Нужен реалистичный подход к оценке компаний, умение предвидеть проблемы и результаты. Автоматически эффект синергии не появляется - надо тщательно искать и подбирать источники синергии, и планировать их. Но очень многие компании, планируя подобные сделки:

не осознают, что необходимо прилагать дополнительные усилия для того, чтобы достичь синергии;

не всегда отдают себе отчет в том, что надо синергию уметь сохранить.

Интеграционные процессы в экономике активизируются, количество слияний и поглощений растет, но часто интеграционные образования работают неэффективно, что приводит к необходимости изменения конфигураций, а то и к распаду. Так,

более 60% слияний и поглощений не окупает вложенных средств, более 50% компаний отстает в своем развитии от других субъектов рынка и распадается, менее 20% компаний достигают целей объединения, относительная производительность финансово-промышленных групп снижается.

Применяемые в российской практике подходы к интеграции предприятий основаны не на учете изменения внешних факторов, оценке возможных преимуществ и недостатков объединения, разработке стратегии интеграции, обосновании состава компании и объединяемых видов деятельности, а, преимущественно, на возможности приобретения активов (их дешевизне, недооценке) и технологической взаимосвязи. Анализ практических подходов к интеграции, применяемых в России, показал, что основными критериями выбора субъекта для интеграции являются технологическая совместимость, специфичность активов, дешевизна продажи др. В теории формирования и управления интегрированными образованиями, как свидетельствует рассмотрение различных концепций, не разработан комплексный подход, учитывающий многообразие факторов (внешних и внутренних), определяющих эффективность конкурентоспособность компаний.

Недостаточно исследованы факторы, обусловливающие проблемы, кризисные явления, распад интегрированных компаний. Часто неэффективность и распад интеграционных образований вызваны тем, что при их формировании не учитывались возможные изменения рынков после объединения. На основе эмпирического анализа особенностей формирования российских интегрированных структур, классификации предпосылок, мотивов интеграции в зависимости от характеристик внешней и внутренней среды нами было выявлено, что факторы внешней среды, выступающие как предпосылки объединения хозяйствующих субъектов, не всегда учитываются при планировании интеграции. В основном мотивы интеграции: стремление "сесть" на денежные потоки других предприятий, спекулятивные мотивы, снижение трансакционных издержек, "привязка" поставщиков или потребителей, налоговые мотивы, желание получить синергетический эффект от использования трансфертных цен; хозяйствующих субъектов.

На основе анализа российской практики формирования и функционирования интегрированных компаний, причин неэффективности деятельности интеграционных образований и их распада, определено, что одной из важнейших причин проблем функционирования и распада является необоснованный, случайно сложившийся состав участников объединения. Выявлена закономерность: когда в процессе интеграции или в деятельности компаний рыночные факторы недостаточно учитываются, промышленные группы не могут реализовать преимущества интеграции, а действие негативных последствий интеграции усиливается;

На базе обобщения теоретико - методологических и практических подходов к обоснованию интеграции определены существенные недостатки методологии и действующей российской практики формирования интеграционных образований, состоящие в том, что: отсутствует комплексность при исследовании мотивов интеграции; не учитываются преимущества и недостатки интеграции с конкретным субъектом, влияние внешних маркетинговых факторов и возможность объединения различных сфер деятельности на разных стадиях развития компаний; интеграция не рассматривается как стратегия поведения компании на рынке. Практическое применение многих подходов затруднено и неэффективно, поскольку в них сужена область оценки необходимых для принятия решения об интеграции факторов.

Работа представлена на научную конференцию с международным участием «Секция "Молодых ученых и студентов"», 19-26 февраля 2005г. Хургада (Египет).

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ МОРСКОГО ТРАНСПОРТНОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА (МТКР)

Николаева Н.К., Давыдова А.Л.
Балтийская Государственная Академия, Калининград

Эффективность управления МТКР может характеризоваться нахождением показателей его деятельности в пределах заданных параметров в течение определенного времени. Уровень установленных параметров зависит от специализации производственно-хозяйственной системы, грузооборота, материально-технической базы и т.п., а частота изменений этих параметров определяется рядов факторов внешнего и внутреннего порядка.

Вопросам управления развитием производственного потенциала морского транспортного комплекса региона уделяется значительное внимание: разрабатываются и реализуются бизнес-планы, включающие планы реконструкции и технического перевооружения, механизации и автоматизации, совершенствуются организационные структуры управления.

Эффективность регулирующей деятельности требует четкой регламентации использования инфраструктуры морского транспортного комплекса региона на базе экономических и правовых методов с целью улучшения координации и взаимодействия подразделений, применения современных технологий, повышения коэффициентов использования имеющихся мощностей и др. Именно в этом направлении федеральные органы обладают наибольшими регулирующими возможностями, способствуя развитию инфраструктуры морских портов, припортовых станций, железнодорожных подъездных путей, контейнерного парка, систем связи. В числе регулирующих задач – контроль за соблюдением правил смешанных перевозок, финансовой дисциплины и борьба со злоупотреблениями (необоснованный отказ в приеме груза к перевозке или перевалке, требования их оплаты на территории страны в иностранной валюте, завышение тарифов, надбавок, невыполнение требований,