

3. Корінев В.Л. Використання в ціноутворенні критеріїв оцінки інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств / В.Л. Корінев // Вісник економічної науки України. – 2009. – № 2. – С. 63–70.
4. Мазур О.Є. Класифікація факторів ціноутворення і методи їх аналізу / О.Є. Мазур // Регіональна економіка. – 2010. – № 2. – С. 55–62.
5. Отт Р. Создавая спрос / Р. Отт ; пер. с англ. – М. : Филинь, 2001. – 320 с.

**Тимошик Н. С.**

Тернопольский национальный технический университет имени Ивана Пулюя

## ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ И ПОИСК ПУТЕЙ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ

### Резюме

При формировании цен на товары необходимо проводить исследования возможной реакции со стороны покупателей и возможность изменения цены в зависимости от характеристики спроса. По этим причинам анализ спроса и факторов, которые его определяют, необходимо проводить в рамках ценового позиционирования, поскольку такие данные являются важной частью формирования цен на продукцию предприятия. В статье раскрыта сущность формирования цен, определены этапы анализа, основанного на данных исследования спроса, предложено использование на машиностроительных предприятиях структуры анализа потребительского спроса. Анализ будет способствовать повышению эффективности использования современных методов и стратегий ценообразования.

**Ключевые слова:** цена, ценовая политика, спрос, потребители, производители, эффективность.

**Tymoshyk N. S.**

Ternopil National Technical University named after Ivan Puliui

## FEATURES OF MODERN PRICING AND FINDING WAYS TO IMPROVE ITS EFFICIENCY

### Summary

Formating the prices on goods it is necessary to research possible reaction of customers and ability to change this price depending on the characteristics of the consumers' demand. Due to these reasons the demand and factors analysis, which determine it, it is necessary to be carried out within the price positioning, as these data is an important component of price formation on the products of the company. The essence of price formation, the stages of analysis based on survey of data demand are determined, structure analysis of consumer demand is proposed to be used at the machine-building enterprises. The determined analysis will improve the efficiency of modern methods and pricing strategies.

**Keywords:** price, price policy, demand, consumer, producers, efficiency.

---

УДК 339.3.137

**Хаджинова Е. В.**

Приазовский государственный технический университет

## АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СЕТИ

Предложенный в статье механизм стабилизации деловых отношений в предпринимательской сети основывается на управлении конкурентными преимуществами. Основное внимание уделено их анализу, который осуществляется не только для отдельного ее участника, но и группы участников, а также в целом по сети, т. е. структурно устойчивому в течение длительного промежутка времени множеству участников соглашений.

**Ключевые слова:** бизнес, деловые отношения, предпринимательская сеть, конкурентное преимущество, конкурентоспособность, управление, анализ.

**Постановка проблемы.** В рыночных исследованиях, проводимых субъектами хозяйствования, главенствующее место отводится всестороннему анализу конкурентных преимуществ и оценке конкурентоспособности. По мнению М.П. Войнаренко [2], перманентные конкурентные преимущества имеют отношение к любой организации через глобальные предпринимательские сети, в которых учитываются все возможные действия каждого из участников рыночных трансакций. При этом обсуждению подлежат специфические условия территориального развития и доступный ресурсный потенциал, а также способы сохране-

ния и усиления конкурентных позиций участников для их дальнейшего присутствия на внутреннем и внешних рынках. Следует отметить, что в настоящее время влияние территориального фактора на деловые отношения между субъектами хозяйствования имеет все меньшее значение. Акцент смещается на формирование механизмов информационного обеспечения, консультаций и кооперации с целью реализации инновационных и ресурсосберегающих проектов.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Концептуальные аспекты и особенности управления сетевыми организациями в экономике

и бизнесе, а также методы формирования сетевой межфирменной кооперации рассматривались в работах А.Н. Асаул и его соавторов [1], М.Г. Светулькова [6], О.А. Третьяка и М.Н. Румянцевой [12]. Следует отметить, что производственные технологии и специфика потребления конечного продукта подталкивают специалистов к научно-практическим исследованиям функционирования сетевых организаций в конкретных отраслях и межотраслевых комплексах, а также изучению и всестороннему анализу конкурентных преимуществ и оценке конкурентоспособности предпринимательских сетей.

**Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы.** Развитие сетевой структуры и межфирменных отношений вызывает потребность в совершенствовании теоретического базиса управления конкурентоспособностью предпринимательских сетей, поскольку многие из существующих разработок не учитывают особенности сетевых образований в экономике и направлены на решение конкретной узкоспециализированной задачи, как правило, в области маркетинга и дистрибуции.

**Цель статьи** состоит в обосновании принципов и методов анализа конкурентных преимуществ предпринимательской сети, исходя из особенностей конкурентного и инновационного развития каждого из участников этой сети и ключевых факторов ведения ими бизнеса, в результате применения которых определяются мероприятия по сохранению и повышению конкурентоспособности продукции. Для достижения данной цели важно уточнение понятия «предпринимательская сеть» ввиду существования разных его трактовок, а также понимание места и роли управления конкурентными преимуществами в механизме стабилизации деловых отношений в предпринимательской сети. Последнее обуславливает потребность в формализованном представлении данного механизма и выделении тех его блоков, которые отвечают за главные задачи управления конкурентными преимуществами.

**Изложение основного материала исследования.** В достижении конкурентных преимуществ объектом управления выступают трансформации знаний и инновационное развитие. На практике использование экономических знаний требует измерения параметров конкурентного и инновационного развития [11].

Распространение сетевых технологий в процессе межфирменной кооперации на всех слоях экономической системы, от микро- до макроуровня, привело к появлению термина «сетевая экономика». Помимо кооперации субъектов хозяйствования, повысилась важность поддержки социальной ответственности и распределения экономических знаний.

А.Н. Асаул и соавторы [1] утверждают, что предпринимательские сети представляют собой простейшую форму микросети, которая состоит из фирм, объединенных в группу, желающих достичь наибольшей экономичности и получить синергетический эффект от сочетания конкурентных преимуществ посредством реализации совместных проектов. В силу комбинирования механизмов специализации и кооперации появляются дополнительные возможности для улучшения результатов своей деятельности.

Однако данное утверждение следует дополнить отличительной чертой, указанной М.Г. Светульковым [6]. Предпринимательские сети реализуют экономическое взаимодействие независимых субъ-

ектов на основе социальных механизмов. Такие механизмы, по мнению М. Портера [4], определяют феномен социально-экономической кластеризации. В то же время границы предпринимательской сети являются «размытыми», поскольку каждая фирма в силу собственных интересов и намерений, дифференциации и диверсификации своей деятельности может входить в состав нескольких предпринимательских сетей. Когда интересы и намерения фирм имеют некоторую общность и по результатам обсуждения видна ценность потенциальных сделок, фирмы склонны к налаживанию более тесных деловых отношений. Место фирмы в предпринимательской сети, как правило, определяется объемом и качеством материальных, финансовых, человеческих, интеллектуальных и других ресурсов. Однако в условиях изменчивости рыночной среды и возросшей важности инноваций наличие данных ресурсов (резервов) является необходимым, но не достаточным условием обретения участниками предпринимательской сети конкурентных преимуществ. Поэтому претендовать на лидирующую позицию может фирма с большим инновационным потенциалом. Чем ближе фирма к «центру» предпринимательской сети, тем больше возможностей у нее влиять на структуру и процессы в данной сети. Следовательно, наряду с интегрированным взаимодействием повышается роль «сетевой» конкуренции, а механизмы стабилизации деловых отношений могут выстраиваться по типу иерархических или сетевых структур [7].

Таким образом, предпринимательская сеть представляет собой множество юридических и физических лиц (предпринимателей, предприятий и организаций), которые на основе социальных механизмов устанавливают между собой контакты, договариваются о формах и условиях взаимодействия для реализации своих идей, намерений и целей, достижения конкурентных преимуществ, снижения трансакционных издержек и получения экономических выгод в условиях риска и неопределенности внешней среды.

Механизм стабилизации деловых отношений в предпринимательской сети на основе управления конкурентными преимуществами схематично представлен на рис. 1. Конкурентные преимущества считаются таковыми в случае, если фирма реализует стратегию создания ценности, используя полезные, неповторимые, редкие и незаменимые ресурсы, в том числе знания и технологии, при этом другие фирмы не могут дублировать ее и получать аналогичную выгоду [9].

Данная стратегия зависит от сложившейся в фирме политики конкурентной борьбы. Одни фирмы пытаются получить превосходство посредством постоянного поиска новых рынков и новой продукции. Другие больше внимания уделяют вопросам качества. Третьи сконцентрированы на удержании рыночного положения за счет более низкой стоимости производства и доставки продукции. В [5] выделяются фирмы, которые стремятся обезопасить себя от рыночных факторов путем политического лоббирования своих интересов и получения «привилегий» при поддержке местных властей. При отсутствии других преимуществ и программ развития такие фирмы рискуют полной потерей рынка и прекращением своей деятельности. Тем не менее, связи между руководителями фирм и организациями государственного и некоммерческого секторов оказывают наибольшее воздействие на инвесторов, чем экономическая целесообразность и



конечных товаров (предприятия или группы предприятий), описывается функцией  $H$ , аргументами которой выступают такие категории, как: качество  $U$ , затраты  $W$ , продолжительность цикла выполнения заказов  $P$  (цикла поставки), производственная гибкость  $Z$  [10]:

$$SV \supset \{PC = H(U, W, P, Z)\} \Rightarrow CN.$$

Исходя из структурных особенностей предпринимательской сети, ее вариабельности и «размытых» границ, изменений рыночной конъюнктуры, варьирования факторов деятельности и силы их воздействия, можно утверждать, что конкурентные преимущества не только предприятия (CAO), но и предпринимательской сети (CAEN) ограничены во времени:

$$(CAO, CAEN) \xrightarrow{t \rightarrow \infty} \emptyset.$$

Иными словами, они характеризуются жизненным циклом со стадиями зарождения, ускорения роста, замедления роста, зрелости и спада [8].

Далее, предположим, что  $-e$  конкурентное преимущество предпринимательской сети  $CAEN_k$  является функцией  $G$  параметров  $q_{p,j}$  деятельности ее  $P$  участников ( $p = \overline{1, P}$ ), где  $j = \overline{1, J}$  – индекс параметра:

$$G: \{q_{1,j}\} \times \dots \times \{q_{p,j}\} \times \dots \times \{q_{P,j}\} \Rightarrow CAEN_k.$$

Среди этих параметров  $q_{p,j} \in Q$  выделяются те, которые относятся к конкурентным преимуществам участников  $CAO_{p,i} = q_{p,j}$ , где  $i \simeq j \in J$ . Величины  $CAO_{p,i}$  также определяются на основе обработки оценочных характеристик деятельности  $-го$  предприятия  $\{x_j\}_p$  (множество  $X$ ) с учетом факторов  $F$  и стадий  $D$  жизненного цикла его конкурентных преимуществ:

$$g: X \times F \times D \times T \Rightarrow Q \equiv CAO,$$

где  $T$  – фактор времени.

Функция  $G$  задает отношения между одинаковыми или подобными параметрами деятельности участников. Если  $p$ -й участник обладает  $i$ -м конкурентным преимуществом ( $CAO_{p,i}$ ), а  $(p+1)$ -й участник имеет значительно худшее значение  $\beta$  подобного параметра  $i'$  такое, что нивелирует конкурентное преимущество для всей предпринимательской сети:

$$G: CAO_{p,i} \times q_{p+1,i'} \Rightarrow CAEN_k \in \emptyset \setminus \{i, i', q - p + 1, i' = \beta, i' \simeq i \simeq k\}.$$

При  $q_{p,j} < \beta$  допускается возможность сохранения предпринимательской сетью своего конкурентного преимущества  $CAEN_k$ .

В качестве примеров можно рассмотреть следующие ситуации. Низкая стоимость изготовления продукции у  $-го$  участника, которая поступает в производственный процесс  $(p+1)$ -го участника, не приведет к ценовому конкурентному преимуществу предпринимательской сети, в случае существенного повышения стоимости последующим участником  $(p+1)$ . В итоге цена конечного товара будет уступать цене конкурентного товара или товара-аналога (заменителя), превышать среднотраслевою цену или будет неприемлемой для потребителей. Аналогично, если в «вертикальной» структуре одно из предприятий увеличивает цикл выполнения заказа или цикл поставки до размера большего, чем у конкурентов, или превышающего требуемое конечными потребителями значение, то эта структура лишена такого конкурентного преимущества, как быстрое выполнение заказов. Далее оценивается влияние отсутствия указанного конкурентного преимущества ( $q_{p,j} \neq CAO_{p,i}$ ) на конкурентное преимущество

предпринимательской сети  $\{(CAEN)_k\}$ . Однако в «горизонтальной» структуре предпринимательской сети конкурентное преимущество «быстрое выполнение заказов» может не аннулироваться при сверхнормативном сроке реализации заказов  $p$ -м предприятием.

Заметим, что потеря предпринимательской сетью  $-го$  конкурентного преимущества из-за действий конкурирующих предприятий (другой сети) не означает незамедлительную потерю  $p$ -м участником собственного  $i$ -го конкурентного преимущества:

$$\neg vk: CAEN_k \in \emptyset \Rightarrow CAO_{p,i} \in \emptyset, i \simeq k.$$

Тогда  $-e$  конкурентное преимущество  $p$ -го участника рассматривается в качестве одного из элементов экономического потенциала предпринимательской сети. Анализ данного конкурентного преимущества ( $CAO_{p,i}$ ) с точки зрения конкурентоспособности предпринимательской сети направлен в первую очередь на то, чтобы понять, целесообразно ли его усиление и (или) трансформирование в новое для нее преимущество.

Упомянутый анализ осуществляется теми предприятиями и организациями, которые занимают место «лидера» или «центра». Предприятие же, обладающее таким конкурентным преимуществом, но которое не относится к «центру» предпринимательской сети, заинтересовано в его сохранении и, скорее всего, будет противиться идее «потенциального конкурентного преимущества предпринимательской сети».

Достижение конкурентных преимуществ основывается на интенсификации производственных проектов, связанных с повышением качества и гибкости, снижением стоимости продукции, общих затрат и времени обслуживания контрагентов, а также инновационных проектов, нацеленных на расширение деятельности, специализацию с использованием новейших технологий и стимулирование спроса.

**Выводы.** Таким образом, предпринимательские сети основываются на социальных механизмах и связях между предпринимателями и организациями разных секторов общества, определяются намерениями и интересами лиц, принимающих решения, а также потенциалом их предприятий и организаций (капиталом, знаниями, технологиями и другими ресурсами). Изменения во внутренней среде фирм и их окружении имеют вариабельную форму взаимодействия, что подразумевает переформатирование отношений и договоренностей, реконфигурирование структуры сети, переход от моно- к полицентрическим образованиям и обратно, установление механизмов иерархического контроля и партнерства. К тому же предпринимательские сети обладают «размытыми» границами, поскольку предприятия или организации в ходе диверсификации своей деятельности могут быть участниками нескольких сетевых и корпоративных образований.

В выстраивании и улучшении деловых отношений между участниками предпринимательской сети и достижении договоренностей в вопросах развития и повседневного ведения бизнеса большую значимость имеет анализ конкурентных преимуществ в разрезе каждого из них и обобщенно для всей или некоторой составляющей данной сети. Анализ конкурентных преимуществ тесно связан с анализом жизненного цикла товара, предприятия и предпринимательской сети и их конкурентоспособности, а также с измерением ключевых факторов деятельности и оцениванием экономического потенциала по тем же иерархическим срезам.

**Список литературы:**

1. Асаул А.Н. Методологические аспекты формирования и развития предпринимательских сетей / [А.Н. Асаул, Е.Г. Скуматов, Г.Е. Локтева]. – СПб. : Гуманистика, 2004. – 256 с.
2. Войнаренко М.П. Кластеры в институційній економіці : [монографія] / М.П. Войнаренко. – Хмельницький : Тріада-М, 2011. – 502 с.
3. Пауэл У. Сети и хозяйственная жизнь / У. Пауэл, Л. Смит-Дор // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики ; сост. и научн. ред. В.В. Радаев ; пер. М.С. Добряковой [и др.]. – М., 2004. – С. 226–280.
4. Портер М. Конкуренция : [учеб. пособ.] / М. Портер. – М. : Вильямс, 2001. – 495 с.
5. Радаев В.В. Сетевой мир / В.В. Радаев // Эксперт. – 2000. – № 12. – С. 14–17.
6. Светульников М.Г. Предпринимательские сети как экономическая категория: направления современных исследований / М.Г. Светульников // Теория и практика общественного развития. – 2011. – № 1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv\\_zhurnala/2011/1/ekonomika/svetunkov.pdf](http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2011/1/ekonomika/svetunkov.pdf).
7. Сергеев В.М. Механизмы эволюции политической структуры общества: социальные иерархии и социальные сети / В.М. Сергеев, К.В. Сергеев // Полис. Серия «Политические исследования». – 2003. – № 3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.politstudies.ru/arch/2003/3/2.htm>.
8. Экономическая стратегия фирмы : [учеб. пособ.] / Под ред. А.П. Градова. – СПб. : Спец-Лит, 2000. – 589 с.
9. Barney Jay B., Zajac E.J. // Strategic Managements Journal. – 1994. – Vol. 15. – P. 5–9.
10. Takala J. Using sustainable competitive advantages to measure technological opportunities / JosuTakala, MattiMuhos, Sara Tilabi, Mehmet Serif TAS, Bingli Yan // Management and Production Engineering Review. – 2013. – Vol. 4. – № 3. – P. 55–64.
11. VoynarenkoM. Institutional Environment Evaluation of Economic Network Transformations in terms of Knowledge Formation / M. Voynarenko // Nierywno cispoleczne a wzrostgospodarczy. – 2013. – Is. 36. – P. 353–362.
12. Третьяк О.А. Сетевые формы межфирменной кооперации: подходы к объяснению феномена / О.А. Третьяк, М.Н. Румянцева // Российский журнал менеджмента. – 2003. – Вып. 1. – С. 77–102.

**Хаджинова О. В.**

Приазовський державний технічний університет

**АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ МЕРЕЖІ****Резюме**

Запропонований у статті механізм стабілізації ділових відносин у підприємницькій мережі ґрунтується на управлінні конкурентними перевагами. Основну увагу приділено їх аналізу, який здійснюється не тільки для окремого її учасника, а й групи учасників, а також в цілому по мережі, тобто структурно сталому протягом тривалого проміжку часу сукупності учасників угод.

**Ключові слова:** бізнес, ділові відносини, підприємницька мережа, конкурентна перевага, конкурентоспроможність, управління, аналіз.

**Khadzhynova O. V.**

Azov State Technical University

**ANALYSIS OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF ENTREPRENEURIAL NETWORK****Summary**

The mechanism of stabilization of business relationships in entrepreneurial networks based on the competitive advantages management is suggested in the article. Special attention is paid to their analysis, which is carried out not for the individual members alone, but the group of participants, as well as for the whole network, i.e. structurally stable group of participants during a long time period, interacting under agreements.

**Keywords:** business, business relations, entrepreneurial network, competitive advantage, competitiveness, management, analysis.