

Министерство образования и науки
Донецкой Народной Республики

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального
образования «Донецкий национальный технический университет»

На правах рукописи



Комарницкая Елена Владимировна

**МАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Специальность 08.00.05– Экономика и управление народным хозяйством (по
отраслям сферы деятельности, в т. ч.: маркетинг)

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Донецк – 2019

Работа выполнена в Государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет», г. Донецк

**Научный
руководитель:**

доктор экономических наук, доцент
Балашова Раиса Ивановна

Официальные оппоненты:

Иванова Татьяна Леонидовна,
доктор экономических наук, профессор,
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования «Донецкая
академия управления и государственной службы при
Главе Донецкой Народной Республики», профессор
кафедры экономики предприятия

Куценко Елена Васильевна,
кандидат экономических наук,
Государственная организация высшего
профессионального образования «Донецкий
национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»,
доцент кафедры сервиса и гостиничного дела

Ведущая организация:

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования Луганской
Народной Республики «Луганский национальный
университет имени Владимира Даля»

Защита состоится 02 июня 2020 года в 14:00 часов на заседании диссертационного совета Д 01.004.01 при ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по адресу: 283050, г. Донецк, ул. Щорса, 31, ауд. 1222, тел: +38(062) 337-41-57, e-mail: dissovet@ donnuet.education

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по адресу: 283017, г. Донецк, бульвар Шевченко, № 30 (<http://library.donnuet.education>).

Автореферат разослан «22» апреля 2020 г.

И. о. ученого секретаря

диссертационного совета Д 01.004.01



И.В. Гречина

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы. Конкуренентоспособная деятельность предприятий различных отраслей в современных экономических условиях приобретает возрастающее значение. В связи с этим возникает необходимость в новых концептуальных подходах, которые направлены на развитие системы их управления на основе маркетинга.

Предприятия Донецкой Народной Республики функционируют в сложных условиях, которые вызваны отложенным политическим статусом территории, военными действиями, экономической изоляцией. Донбасс является индустриальным регионом, который выступал лидером промышленного производства на протяжении двух веков. Одной из основных проблем предприятий Донецкой Народной Республики в настоящее время является организация деятельности ведущих направлений, к которым относится и добывающая отрасль.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что угледобывающая сфера Республики имеет значительный потенциал и возможности наращивания объемов добычи. Использование маркетинга как базового инструмента по выявлению ключевых возможностей с целью разработки стратегии повышения конкурентоспособности угледобывающих предприятий Донецкой Народной Республики определяет актуальность диссертационной работы.

Степень разработанности проблемы. К научным исследованиям общих теоретических и методических основ конкурентоспособности предприятия следует отнести труды М. Портера, П. Друкера, Ф. Котлера, К.Р. Макконнелла, С.Л. Брю, А. Смита, И. Ансоффа. Значительный вклад в исследование конкурентоспособности предприятий сделали современные ученые и исследователи В.Н. Беленцов, Ю.Б. Иванов, А.Н. Захарова, А.А. Кравченко, В.Г. Кроткова, В.А. Кучер, А.В. Половян, А. Ю. Юданов и др.

Вопросы теории и практики формирования, развития и применения маркетинговой концепции конкурентоспособности исследованы в работах ученых: Е.М. Азарян, А.Е. Абрамшиной, С.Ю. Андреева, Л.В. Балабановой, Л.В. Баумгартена, Р.И. Балашовой, Н.Ю. Возияновой, И.В. Гречиной, А.Н. Германчук, Г.К. Губерной, М.А. Зобановой, Т.Л. Ивановой, М.И. Круглова, Е.В. Куценко, Э.М. Локтева, Т. С. Максимовой, Л.Г. Саркисяна и др.

Несмотря на глубокое изучение данной темы, недостаточно рассмотрены вопросы использования маркетинговой концепции в деятельности угледобывающих предприятий как средства повышения их конкурентоспособности, отсутствуют научно-практические подходы к разработке маркетинговых стратегий, а также рекомендации по их адаптации в современных условиях.

Цель и задачи исследования. Целью диссертационной работы является разработка теоретических и научно-практических рекомендаций по совершенствованию системы управления конкурентоспособностью угледобывающих предприятий на основе маркетинга.

Для выполнения указанной цели в диссертации поставлены и решены следующие задачи:

рассмотрены теоретические основы конкурентоспособности предприятия как экономической категории;

определен маркетинговый подход к формированию системы управления конкурентоспособностью предприятий;

обоснована необходимость бенчмаркинга как основы формирования конкурентных преимуществ;

изучен региональный рынок угледобывающей отрасли Донецкой Народной Республики;

проведен конкурентный анализ предприятий угледобывающей отрасли;

проведена диагностика конкурентоспособности угледобывающих предприятий;

усовершенствована система управления конкурентоспособностью на основе маркетинга;

предложена маркетинговая стратегия повышения конкурентоспособности угледобывающих предприятий.

Объектом исследования выступает процесс формирования системы управления конкурентоспособностью угледобывающих предприятий Донецкой Народной Республики на основе маркетинга.

Предметом исследования являются теоретические, методические и практические положения и механизмы формирования системы управления конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга.

Диссертационная работа выполнена в соответствии с Паспортом специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т. ч.: маркетинг): (п. 9.3 Управление маркетинговой деятельностью, направления и формы организации маркетинга и их адаптация к изменяющимся рыночным условиям в национальной экономике и на глобальных рынках); (п. 9.4 Состояние, тенденции и диагностика развития рынков, внешней и внутренней маркетинговой среды функционирования субъектов хозяйствования, сегментация рынков и определение рыночных ниш); (п. 9.8 Конкуренция, конкурентная среда, конкурентная политика, диагностика деятельности конкурентов в условиях ориентации на маркетинг компании); (п. 9.9 Повышение конкурентоспособности товаров (услуг) и компаний, факторы конкурентоспособности в различных рыночных условиях).

Научная новизна полученных результатов заключается в развитии теоретических положений, разработке научно-методических подходов и практических рекомендаций по формированию системы управления конкурентоспособностью угледобывающих предприятий на основе маркетинга. К наиболее важным результатам, определяющим научную новизну диссертации, относятся следующие:

усовершенствованы:

концептуальные основы формирования системы управления конкурентоспособностью предприятия на основе маркетинга, определяющие

его цели, задачи и факторы, маркетинговый инструментарий и конкурентные стратегии, отличающиеся бенчмаркинговым подходом к выявлению лидирующих позиций, что позволит повысить экономическую устойчивость предприятия и обеспечить наличие конкурентных преимуществ;

механизм формирования конкурентных преимуществ угледобывающего предприятия, который, в отличие от существующих, основан на комплексной адаптации, включающей рыночную, инновационную, организационно-экономическую и маркетинговую адаптации, что позволит предприятию совершенствовать направления хозяйственной деятельности и разработать маркетинговую стратегию повышения его конкурентоспособности;

система управления конкурентоспособностью предприятия на основе маркетинга, которая в отличие от существующих, имеет организационно-экономические рычаги управления конкурентоспособностью, основанные на маркетинговой информации и ее анализе, планировании и прогнозировании, а также комплексной адаптации предприятия;

научно-методический подход к диагностике конкурентоспособности угледобывающих предприятий, включающий, в отличие от известных, использование маркетингового инструментария (сегментация и конкурентное позиционирование), что является основой выявления ключевых факторов успеха для оценки конкурентоспособности и разработки маркетинговой стратегии;

получили дальнейшее развитие:

понятийно-категориальный аппарат, а именно: понятие *конкурентоспособности предприятия*, которое, в отличие от существующих, характеризует способность предприятия иметь конкурентные преимущества перед другими предприятиями на рынке товаров, адаптируясь к изменениям во внешней среде; понятие *конкурентоспособности угледобывающего предприятия*, которое, в отличие от существующих, характеризует способность предприятия соответствовать требованиям государственного регулирования и потребностям рыночного спроса на добываемую продукцию, сохраняя конкурентные преимущества;

классификация признаков конкурентоспособности угледобывающего предприятия, которая дополнена двумя группами показателей: качественных (одинадцатью признаками на основе производственных, природных и маркетинговых показателей), и количественных (шестнадцатью признаками на основе производственных, экономических и экологических показателей, качества угля).

Теоретическая и практическая значимость работы. Основные идеи, рекомендации и результаты исследования имеют теоретико-методический и прикладной характер. Теоретическая значимость полученных результатов определена актуальностью цели и задач исследования, а также достигнутым уровнем разработанности изучаемой проблемы, научной новизной, которая получена в результате исследования, и заключается в научном решении вопросов управления конкурентоспособностью угледобывающего предприятия на основе маркетинга.

Практическая значимость полученных результатов заключается в том, что разработанные научно-методические подходы, предложенные механизмы и заключения могут быть использованы при решении наиболее значимых проблем управления конкурентоспособностью угледобывающего предприятия на основе маркетинга и их практического внедрения.

Наиболее важное значение имеют: рекомендации по формированию системы управления конкурентоспособностью предприятия на основе маркетинга; рекомендации по разработке механизма формирования конкурентных преимуществ угледобывающего предприятия на основе комплексной адаптации; рекомендации к диагностике конкурентоспособности угледобывающих предприятий, включающие использование маркетингового инструментария.

Основные научные положения доведены до уровня практических рекомендаций и научно-методических подходов, выводы и предложения, полученные в результате исследования, могут быть использованы предприятиями угледобывающей отрасли Донецкой Народной Республики, что подтверждено справками о внедрении:

научно-методические рекомендации по усовершенствованию маркетинговой концепции управления конкурентоспособностью предприятия (ОП «Шахта им. М. И. Калинина», справка о внедрении № 010-637/02 от 01.04.2019 г.);

концептуальная модель управления конкурентоспособностью предприятия (ОП «Шахта им. А.А. Скочинского», справка о внедрении № 54 от 18.04.2019 г.);

научно-методические рекомендации по усовершенствованию методики оценки конкурентоспособности предприятия и обоснованию факторов, влияющих на конкурентоспособность угледобывающих предприятий (ГУ «ДОНГИПРОШАХТ», справка о внедрении № 01-10/17 от 27.03.2019 г.);

алгоритм оценки конкурентоспособности на основе бенчмаркинга (ООО «ФЭТ УГОЛЬ», справка о внедрении № 255/1-04 от 27.04.2019 г.);

Результаты научного исследования используются в учебном процессе при подготовке учебно-методических комплексов по дисциплинам «Маркетинг», «Маркетинг территорий» в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет» (справка о практическом использовании научных результатов № 1703/01-27/6.9.0 от 12.06.2019 г.).

Методология и методы исследования.

Теоретической базой исследования конкурентоспособности предприятий угледобывающей отрасли послужили труды ученых-экономистов. Методологическую основу диссертационной работы составили классические положения экономической науки, научные труды ученых по вопросам маркетинга и проблемам конкурентоспособности предприятий.

В работе использованы следующие методы исследования: методы анализа и синтеза, сравнительного анализа, индукции и дедукции, логического обобщения – в процессе уточнения понятий «система управления конкурентоспособностью предприятия» и «конкурентоспособность

угледобывающего предприятия», для определения признаков конкурентоспособности угледобывающего предприятия; экономико-статистические методы – при анализе количественных показателей конкурентоспособности, методы экспертных оценок – при анализе качественных показателей конкурентоспособности, проведении SWOT-анализа; матричный метод, метод сравнений и аналогий – при построении карты сегментации по маркам залежей углей, проведении конкурентного позиционирования; метод экономико-математического моделирования (корреляционно-регрессионный анализ) – для определения экономических показателей конкурентоспособности угледобывающего предприятия. Для обработки экономической информации, построения диаграмм, графиков, схем, блок-схем, рисунков применялись современные компьютерные технологии и пакеты прикладных программ Microsoft Office® и STATISTICA®.

В качестве информационной базы были использованы законодательные и нормативные акты, официальные статистические данные, отчетные данные министерств и ведомств, научная и периодическая литература, результаты авторского исследования.

Положения, выносимые на защиту:

1. Уточненное понятие «конкурентоспособность предприятия», «конкурентоспособность угледобывающего предприятия».
2. Система управления конкурентоспособностью предприятия на основе маркетинга.
3. Концептуальные основы формирования системы управления конкурентоспособностью предприятия на основе маркетинга.
4. Механизм формирования конкурентных преимуществ угледобывающего предприятия на основе комплексной адаптации.
5. Научно-методический подход к диагностике конкурентоспособности угледобывающего предприятия, включающий маркетинговый инструментарий.
6. Классификация признаков конкурентоспособности угледобывающего предприятия, которая включает количественные и качественные показатели.

Степень достоверности и апробации результатов. Диссертационная работа представляет собой самостоятельно проведенное научное исследование. Все научные положения, результаты и выводы, изложенные в работе и выносимые на защиту, получены автором самостоятельно. Из научных работ, опубликованных в соавторстве, использованы идеи и положения, являющиеся результатом личных исследований соискателя. Основные идеи, положения и рекомендации диссертационной работы прошли апробацию на девяти конференциях разного уровня, основными из которых являются: «Экономика и маркетинг в XXI веке: проблемы, опыт, перспективы» (Донецк, 2018 г.); «Экономика и право: становление, развитие, трансформация» (Макеевка, 2016г.); «Маркетинг и маркетинговые исследования: современные научные подходы: научные исследования» (Казань, 2016 г.); «Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности (Донецк, 2016 г.); «Механизмы управления экономическими, экологическими и социальными процессами в условиях инновационного развития» (Алчевск, 2017 г.),

«Инновационное развитие экономики Донбасса: проблемы, перспективы, решения» (Донецк, 2017 г.).

Публикации. По результатам исследования опубликовано 18 научных работ (общим объемом 6,85 печ. л., из которых лично автору принадлежит 6,01 печ. л.), среди которых: 2 коллективные монографии, 5 статей в рецензируемых научных изданиях; 1 статья – в научных изданиях, индексируемых РИНЦ; 1 статья в прочих изданиях; 9 работ апробационного характера. География публикаций – Алчевск, Донецк, Макеевка, Махачкала, Казань.

Структура и объем работы. Диссертация состоит из введения, трех разделов, раскрывающих содержание темы исследования, заключения, списка использованной литературы и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении определена и обоснована актуальность темы диссертации; установлена ее связь с научными темами, обозначены ее цель и задачи; определена научная новизна и практическая ценность результатов; отображены результаты апробации диссертации.

В первом разделе **«Теоретико–методические основы маркетинговых исследований в управлении конкурентоспособностью предприятий»** определены теоретические основы конкурентоспособности предприятия и конкурентоспособности угледобывающего предприятия как экономической категории, рассмотрен маркетинговый подход к формированию конкурентоспособности предприятия и обосновано использование бенчмаркинга как основы формирования конкурентных преимуществ.

На основе анализа экономической литературы исследовано содержание *конкурентоспособности предприятия* как экономической категории, которая характеризует способность предприятия иметь конкурентные преимущества перед другими предприятиями на рынке товаров, адаптируясь к изменениям во внешней среде. В результате изучения научных работ, посвященных конкурентоспособности угледобывающих предприятий, сформулировано уточненное понятие *конкурентоспособности угледобывающего предприятия*, характеризующее способность предприятия соответствовать требованиям государственного регулирования и потребностям рыночного спроса на добываемую продукцию, сохраняя конкурентные преимущества.

По мнению ряда ученых, особое внимание при оценке конкурентоспособности предприятия отводится изучению производимого товара, что является основой конкурентных преимуществ угледобывающих предприятий.

На основе исследования маркетингового подхода к формированию конкурентоспособности предприятия предложен концептуальный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия на основе маркетинга, который определяет его цели, задачи, факторы, маркетинговый инструментарий и конкурентные стратегии, что позволит предприятию сохранять экономически

устойчивые позиции, удерживать конкурентные преимущества и производить конкурентоспособную продукцию (рисунок 1).

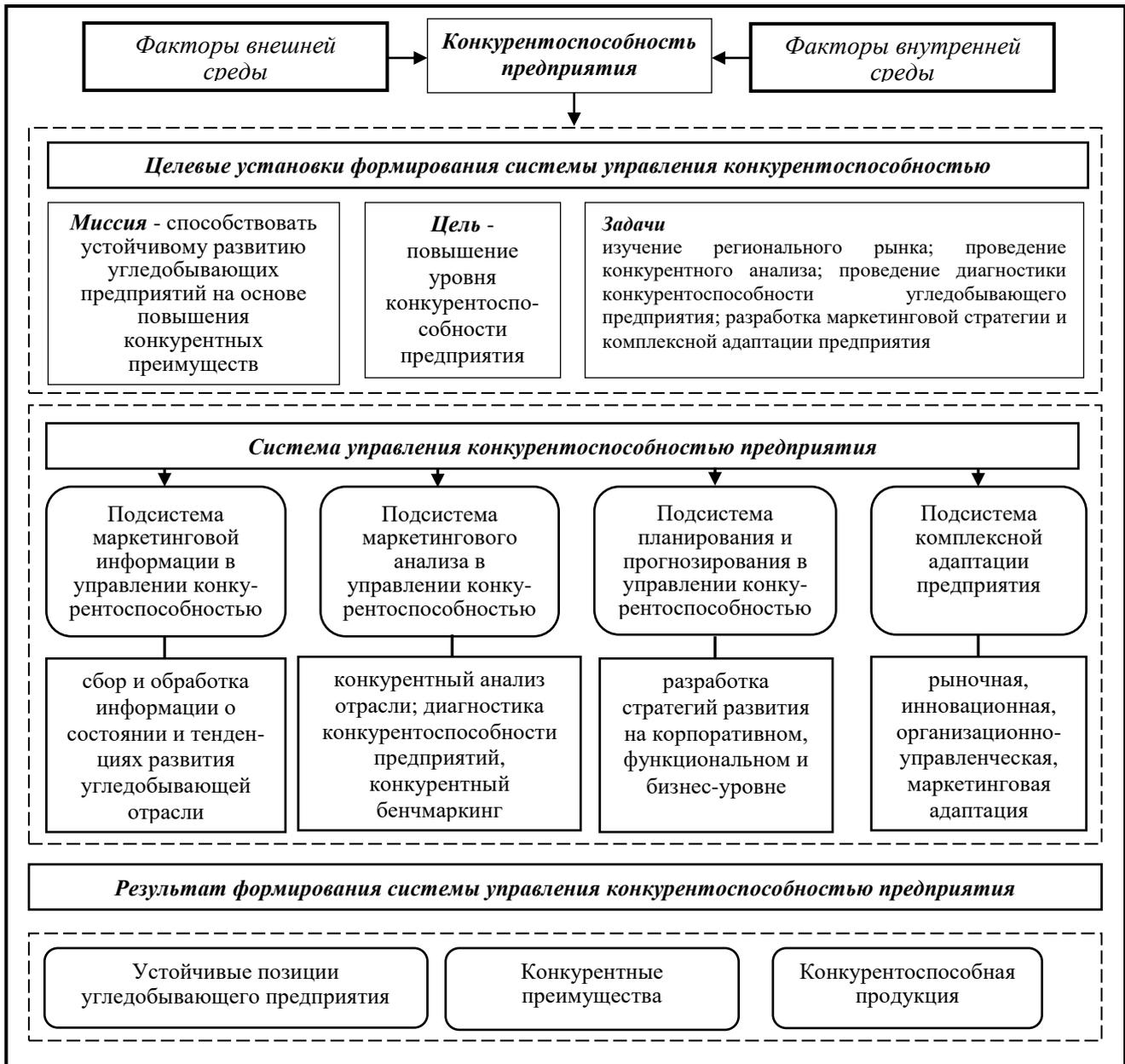


Рисунок 1 – Концептуальный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия на основе маркетинга

Проведенный анализ позволил обосновать необходимость бенчмаркинга как основы формирования конкурентных преимуществ угледобывающего предприятия, т. к. он представляет собой инструмент маркетинговых исследований, метод оценки конкурентоспособности и способ выбора лучшего метода для повышения конкурентных преимуществ предприятия (рисунок 2), что позволило определить его как перспективное направление для развития экономики Донецкой Народной Республики.



Рисунок 2 – Теоретическое обоснование бенчмаркинга как основы формирования конкурентных преимуществ

Повышение конкурентоспособности предприятий Донецкой Народной Республики возможно за счет проведения бенчмаркинг-исследований и результатов их внедрения.

Второй раздел **«Маркетинговый анализ конкурентоспособности предприятий»** посвящен изучению регионального рынка угледобывающей отрасли Донецкой Народной Республики; проведению конкурентного анализа предприятий угледобывающей отрасли и диагностике конкурентоспособности угледобывающих предприятий Донецкой Народной Республики.

В процессе исследования регионального рынка Донецкой Народной Республики была рассмотрена деятельность 21 шахты (17 шахт – добывают и реализуют уголь, 4 шахты – не добывают уголь), что позволило сделать вывод о стабильном росте угледобычи в период 2016-2018 гг. (таблица 1).

Таблица 1 – Основные характеристики предприятий угледобывающей отрасли Донецкой Народной Республики

	Добыча рядового угля 2016 г., тонн	Добыча рядового угля 2017 г., тонн	Абсолютное отклонение (2017 г. по отношению к 2016 г.), тонн	Добыча рядового угля 2018 г., тонн	Абсолютное отклонение (2018 г. по отношению к 2017 г.), тонн
Предприятия угольной отрасли всего:	5725462	6137615	+412153	7472607	+1334992
В т. ч. предприятия государственной формы собственности:					
ГП ДУЭК, в составе:	590200	784820	+194620	827010	+42190
ОП «Шахта им. Челюскинцев»	103030	186770	+83740	165160	-21610
ОП «Шахта им. М.И. Калинина»	80370	35050	-45320	30025	-5025
ОП «Шахта им. А.А. Скочинского»	406800	563000	+156200	534900	-28100
ПАО «Ш/у Донбасс»	177030	296100	+119070	664000	+367900
ГП «Макеевуголь», в составе:	1065940	815495	-250445	1 149082	-333587
ОП «Шахта «Холодная Балка»	339120	333620	-5500	311000	-22620
ОП «Шахта «Калиновка-Восточная»	262548	237055	-25493	239056	+2001
ОП «Шахта им. С.М. Кирова»	248824	123140	-125684	126025	+2885
ОП «Шахта «Ясиновская Глубокая»	179575	49970	-129605	35940	-14030
ГП «Торезантрацит»	2581283	2418287	-162996	2250210	-168572
ГП «Шахта им. А.Ф. Засядько»	-	508062	+508062	728986	+220924
ГП «Шахта «Комсомолец Донбасса»	-	1314852	+1314852	1853319	+538467
Предприятия государственной формы собственности, всего:	4414453	6137615	+ 1723162	7472607	+1334992

SWOT-анализ угледобывающей отрасли показал, что к ее слабым сторонам относятся недостаточно развитая транспортная инфраструктура,

опасное производство, трудности со сбытом продукции, низкий интерес инвесторов к развитию, значительное отставание инновационно-технологических разработок от ведущих мировых практик, устаревшее технологическое оборудование. Единственной сильной стороной являются значительные запасы угля на территории Донецкой Народной Республики. В то же время отрасль имеет ряд угроз, к которым относятся: нестабильное правовое поле Республики; отсутствие крупных инвестиционных программ, как со стороны государства, так и со стороны частных инициатив; снижение образовательного уровня управленческого и инженерно-технического персонала; искусственное занижение цен на уголь. В процессе исследования выявлен ряд возможностей, а именно: разработка новых государственных программ развития, реализация существующих проектов вскрытия и отработки новых пластов, создание института углехимии и химического материаловедения, снижение зольности угля.

В процессе конкурентного анализа предприятий угледобывающей отрасли проведен анализ конкурентной среды, конкурентная сегментация и конкурентное позиционирование предприятий. Анализ конкурентной среды угледобывающей отрасли Донецкой Народной Республики с использованием модели М. Портера проводился в разрезе пяти сил конкуренции (рисунок 3).



Рисунок 3 – Конкурентная ситуация в угледобывающей отрасли Донецкой Народной Республики

По результатам экспертной оценки пяти сил конкуренции в отрасли сделан вывод, что наиболее значительное влияние наблюдается со стороны покупателей продукции угледобывающих предприятий Донецкой Народной

Республики. В целом сделан вывод о среднем уровне влияния конкуренции на развитие угледобывающей отрасли в Республике.

В процессе конкурентной сегментации с целью анализа запасов республиканского рынка углей была построена карта по маркам залежей углей, которая позволила определить, что наибольшее количество залежей углей марок «А», «Ж» и «Т» на территории Донецкой Народной Республики (рисунок 4).

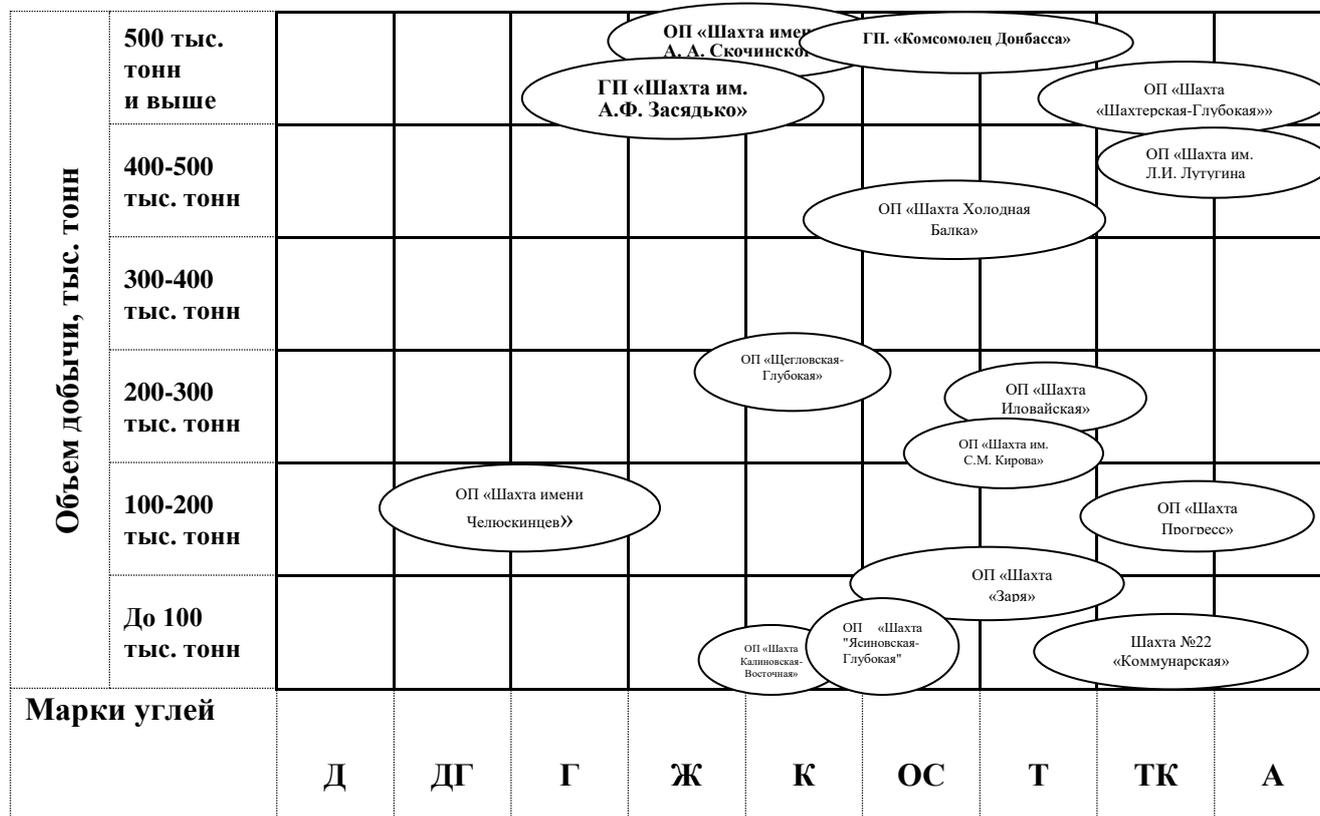


Рисунок 4 – Карта сегментации залежей по маркам углей

Наиболее ценной считается уголь марки «Ж» – жирный, ценный вид, с хорошей спекаемостью, применяется для производства кокса, его добыча в общем объеме добычи составляет более 20 % и добыча производится только двумя предприятиями на территории Донецкой Народной Республики: ОП «Шахта имени А. А. Скочинского» и ГП «Шахта им. А.Ф. Засядько». Наибольшие запасы угля марки «Т» находятся у предприятий ГП «Шахта «Комсомолец Донбасса» и ОП «Шахта «Холодная Балка». Уголь марки А добывается предприятиями ОП «Шахта «Шахтерская-Глубокая», ОП «Шахта «Прогресс», ОП «Шахта им. Л.И. Лутугина», ОП «Шахта «Заря», ГП «Шахта «Комсомолец Донбасса» и ОП Шахта №22 «Коммунарская».

Конкурентное позиционирование исследуемых шахт проводилось по следующим показателям в зависимости от объема добываемой продукции как ключевого фактора, определяющего деятельность шахт: среднесуточная добыча угля, цена 1 тонны товарной продукции в оптовых ценах, производительность труда одного рабочего. В ходе исследования было выделено четыре группы

предприятий: к группе А относятся предприятия с максимально привлекательными показателями, к группе D – с наименьшей привлекательностью и характеристиками, к двум оставшимся группам, – предприятия, имеющие усредненные значения и не выступающие лидерами ни по одному из рассмотренных показателей (таблица 2).

Таблица 2 – Результаты конкурентного позиционирования угледобывающих предприятий Донецкой Народной Республики

Параметры конкурентного позиционирования	Группы предприятий-конкурентов			
	группа А	группа В	группа С	группа D
Среднесуточная добыча угля, тонн/ Объем добываемой продукции, тонн	ГП «Шахта «Комсомолец Донбасса»; ГП «Горезантрацит»	ГП «Шахта им. А.Ф. Засядько»	Ни одно из анализируемых предприятий	ГП «ДУЭК»; ПАО «Ш/у «Донбасс»; ГП «Макеевуголь»
	<i>Максимальная среднесуточная добыча угля/ Максимальный объем добываемой продукции</i>	<i>Максимальная среднесуточная добыча угля/ Минимальный объем добываемой продукции</i>	<i>Минимальная среднесуточная добыча угля/ Максимальный объем добываемой продукции</i>	<i>Минимальная среднесуточная добыча угля/ Минимальный объем добываемой продукции</i>
Цена 1 тонны товарной продукции в оптовых ценах, руб./ Объем добываемой продукции, тонн	ГП «Шахта им. А.Ф. Засядько»	ГП «Шахта Комсомолец Донбасса»	ГП «Артемуголь»; ГП «Горезантрацит»	ГП «ДУЭК»; ГП «Макеевуголь»
	<i>Максимальная цена 1 т товарной продукции/ Максимальный объем добываемой продукции</i>	<i>Максимальная цена 1 т товарной продукции / Минимальный объем добываемой продукции</i>	<i>Минимальная цена 1 т товарной продукции / Максимальный объем добываемой продукции</i>	<i>Минимальная цена 1 т товарной продукции / Минимальный объем добываемой продукции</i>
Производительность труда рабочего, т/мес./ Объем добываемой продукции, тонн	ГП «Шахта «Комсомолец Донбасса»	ГП «Шахта им. А.Ф. Засядько»; ГП «Горезантрацит»	ГП «ДУЭК»; ПАО «Ш/у «Донбасс»; ГП «Макеевуголь»	Ни одно из анализируемых предприятий
	<i>Максимальная производительность труда рабочего / Максимальный объем добываемой продукции</i>	<i>Максимальная производительность труда рабочего / Минимальный объем добываемой продукции</i>	<i>Минимальная производительность труда рабочего / Максимальный объем добываемой продукции</i>	<i>Минимальная производительность труда рабочего / Минимальный объем добываемой продукции</i>

Диагностика конкурентоспособности угледобывающих предприятий проводилась в разрезе изучения количественных и качественных показателей. В процессе анализа количественных показателей конкурентоспособности рассчитаны единичные и групповые показатели конкурентоспособности угледобывающих предприятий, что позволило выявить в каждой анализируемой группе (предприятия, добывающие и реализующие уголь марки «Ж» и уголь марки «Т») предприятие – лидера, как эталона для проведения конкурентного бенчмаркинга. Так, у предприятий, добывающих и реализующих уголь марки «Ж», лидером признано ГП «Шахта им. А.Ф.

Засядько», а у марки «Т» лидером является ГП «Шахта «Комсомолец Донбасса» (таблица 3).

Таблица 3 – Результаты определения единичного и группового индексов конкурентоспособности угледобывающих предприятий

Предприятия	Показатели качества угля			Экономические показатели			Производственные показатели		Экологические показатели				Групповые показатели
	Зольность	Влага	Сера	Цена	Производительность труда	Рентабельность	Добыча	Среднедействующее количество КМЗ и их линий, м	Показатели сброса сточных вод	Показатели выбросов в атмосферу загрязняющих веществ	Показатели размещения отходов производства	Показатели нарушенных земель при разработке месторождений	
УГОЛЬ МАРКИ «Т»													
ГП «Шахта «Комсомолец Донбасса»	1	0,4	0,4	0,4	1	0,8	0,8	0,8	0,4	0,6	0,6	0,4	0,68
ГП «Макеевуголь»	0,6	1	0,8	1	0,2	0,2	0,6	0,6	0,6	0,4	0,4	0,8	0,551
ГП «Торезантрацит»	0,4	0,6	1	0,6	0,8	0,8	1	1	1	0,4	0,8	0,6	0,678
ПАО «Ш/у «Донбасс»	0,8	0,6	0,8	0,8	0,6	1	0,4	0,6	0,8	0,6	0,4	0,6	0,679
УГОЛЬ МАРКИ «Ж»													
ОП «Шахта им. А. А. Скочинского»	1	0,8	1	0,8	1	0,8	0,8	0,8	0,4	0,2	0,6	0,4	0,79
ГП «Шахта им. А.Ф. Засядько»	1	1	0,8	1	0,8	1	1	1	1	0,2	0,2	0,4	0,84

С целью выявления ключевых экономических показателей, определяющих эффективность работы шахт, в ходе исследования построена линейная зависимость переменной Y , характеризующей рентабельность деятельности предприятия, от переменных x_1, x_2, \dots, x_n – факторов. Уравнение множественной линейной регрессии имеет вид:

$$Y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + \dots + a_nx_n \quad (1)$$

где a – вектор неизвестных параметров размерности $(n+1)$.

В результате корреляционно-регрессионного анализа построена следующая линейная модель множественной регрессии, которая учитывает ряд независимых переменных:

$$Y = -0,2998 + 0,0415x_1 - 0,17866x_2 - 0,06x_3 + 0,14815x_4, \quad (2)$$

где x_1 – коэффициент текучести кадров, %;

x_2 – фондовооруженность, тыс. руб./чел;

x_3 – цена продукции, руб.

x_4 – себестоимость продукции, руб.

Эконометрическая модель дает возможность осуществлять прогноз рентабельности деятельности угледобывающего предприятия, учитывая ряд

наиболее важных экономических показателей, влияющих на конкурентоспособность предприятия.

Однако для более точной оценки конкурентоспособности угледобывающего предприятия необходимо учесть качественные показатели-критерии. В матричной модели качественных показателей угледобывающих предприятий Π_{ij} - значение показателя Π_i принято для j - го угледобывающего предприятия; величины, отмеченные цветом, являются максимальными в строке по каждому показателю (таблица 4). В работе предлагается произвести замену натуральных значений показателей на матричную модель относительных отклонений δ .

Таблица 4 – Матрица качественных показателей угледобывающих предприятий

Π_{ij}	Π_{11}	Π_{12}	...	Π_{1j}	...	Π_{1n}
	Π_{21}	Π_{22}	...	Π_{2j}	...	Π_{2n}

	Π_{i1}	Π_{i2}	...	Π_{ij}	...	Π_{in}
	Π_{m1}	Π_{m2}	...	Π_{mj}	...	Π_{mn}

Таким образом, становится возможным применение нормального закона распределения величин относительных отклонений:

$$K_{\text{компл.}j} = f(\delta_{ij}) = \sqrt{\sum_{i=1}^m (\delta_{ij})^2} \longrightarrow \min, \quad (3)$$

Определение системного качественного интегрального показателя конкурентоспособности угледобывающего предприятия, дающего численную характеристику конкурентоспособности на основе качественных показателей деятельности шахт:

$$K_{\text{сист.}} = \frac{\sqrt{\sum_{i=1}^m (\delta_{ij} \frac{U_i}{U_{cp}})^2}}{Ц} = \frac{1}{U_{cp}} \sqrt{\sum_{i=1}^m (\delta_{ij} U_i)^2} \longrightarrow \min, \quad (4)$$

где U_i - функция полезности конкретного i -го показателя;

U_{cp} - среднее значение функции полезности (важность показателя) по всем показателям (качественным характеристикам угледобывающего предприятия, которые определяются экспертным путем) (таблица 5);

$Ц$ – отпускная цена.

Интегральный качественный показатель конкурентоспособности угледобывающего предприятия представляет собой сумму среднеквадратичных относительных отклонений по каждому дифференцированному качественному показателю от их эталонных значений. Следовательно, чем меньше значение имеет суммарное отклонение, тем в меньшей степени реальные качественные

показатели анализируемого угледобывающего предприятия уступают условному эталонному варианту.

Таблица 5 – Степень полезности качественных показателей угледобывающих предприятий в среднем по отрасли

Качественные показатели	Степень полезности, баллы
<i>Производственные показатели всего, в том числе:</i>	0,35
Уровень развития технологии производства	0,077
Уровень использования производственных мощностей	0,07
Инновационный потенциал предприятия	0,07
Охрана труда и промышленной безопасности	0,0175
Система обращения с отходами	0,0175
Наличие квалифицированных трудовых ресурсов	0,048
Уровень оплаты труда	0,050
<i>Природные показатели всего, в том числе:</i>	0,25
Качественные и количественные показатели месторождения	0,125
Уровень развития транспортной и энергетической инфраструктуры	0,0375
Удаленность от рынков сбыта	0,0875
<i>Маркетинговые показатели всего, в том числе:</i>	0,40
Система информационного мониторинга и анализа рынка	0,01
Система сбыта	0,133
Система ценообразования	0,057
Условия и формы оплаты	0,06
Надежность и гибкость поставок	0,1
Деловая репутация	0,04

Проведенный анализ свидетельствует, что предприятия угледобывающей отрасли Донецкой Народной Республики соблюдают следующую последовательность по степени наибольшего приближения к эталону качественных показателей: ГП «Шахта им. А.Ф. Засядько» (0,000022); ОП «Шахта им. А.А. Скочинского» (0,000045); ГП «Макеевуголь» (0,000074); ПАО «Ш/у «Донбасс» (0,000077); ГП «Торезантрацит» (0,000091) и ГП «Шахта «Комсомолец Донбасса» (0,000093).

В третьем разделе **«Повышение конкурентоспособности угледобывающих предприятий Донецкой Народной Республики»** усовершенствована система управления конкурентоспособностью на основе маркетинга и разработана маркетинговая стратегия повышения конкурентоспособности угледобывающих предприятий Донецкой Народной Республики на основе комплексной адаптации предприятия к внешним условиям.

Результаты проведенного маркетингового анализа позволили разработать рекомендации по совершенствованию системы управления конкурентоспособностью предприятия, включающей четыре составляющие: подсистему маркетинговой информации; подсистему маркетингового анализа;

подсистему планирования и прогнозирования; подсистему комплексной адаптации предприятия.

Подсистема маркетинговой информации в управлении конкурентоспособностью необходима для сбора информации состояния угледобывающей отрасли.

Подсистема маркетингового анализа в управлении конкурентоспособностью основана на проведении анализа состояния, тенденций развития угледобывающей отрасли с помощью SWOT-анализа (позволит определить сильные и слабые стороны, возможности и угрозы угледобывающей отрасли Донецкой Народной Республики) и подхода к анализу на основе модели М. Портера (позволит выявить слабые места в отрасли с целью дальнейшего их устранения и сильные позиции конкурентов с перспективой их ослабления).

В работе предложен научно-методический подход к диагностике конкурентоспособности угледобывающих предприятий, для реализации которого разработан алгоритм оценки конкурентоспособности угледобывающего предприятия на основе бенчмаркинга, который включает ряд этапов (рисунок 5).

В подсистеме планирования и прогнозирования в управлении конкурентоспособностью для предприятий угледобывающей отрасли Донецкой Народной Республики предложены стратегии развития на корпоративном, деловом и функциональном уровнях (рисунок 6).

На корпоративном уровне предприятиям необходимо направить усилия на создание конкурентных преимуществ и провести анализ добываемой продукции с целью принятия решения об отказе от убыточной продукции. На деловом уровне предприятиям рекомендована стратегия дифференциации (по М. Портеру), для реализации которой необходима тесная координация между научно-исследовательскими разработками и маркетинговыми исследованиями, использование субъективных оценок экспертов совместно с количественными показателями. На функциональном уровне рекомендована маркетинговая стратегия, направленная на анализ рынка сбыта, продвижение товара, исследование новых рынков, сегментирование, поиск целевого рынка и возможностей его расширения.

Разработка мероприятий по созданию конкурентной позиции в отрасли для большинства угледобывающих предприятий Донецкой Народной Республики должна стать первоочередной.

Каждое угледобывающее предприятие Донецкой Народной Республики отличается от остальных рядом показателей качества добываемой продукции, техническим оснащением, составом трудового коллектива и другими показателями. Следовательно, предложенные стратегии позволят предприятиям угледобывающей отрасли Донецкой Народной Республики использовать собственной внутренней потенциал, опыт и навыки ведущих предприятий отрасли для повышения конкурентоспособности.

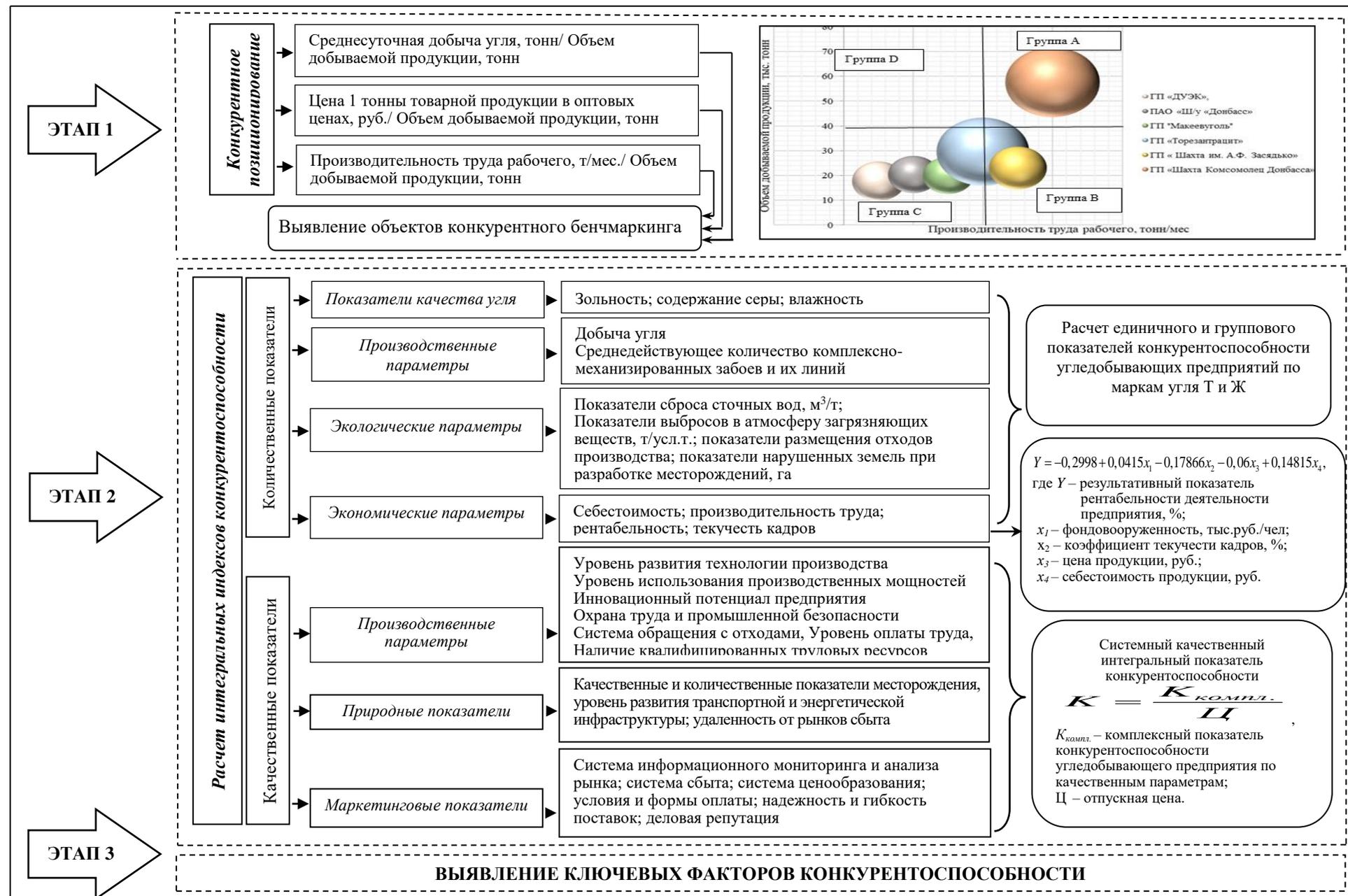


Рисунок 5 – Алгоритм оценки конкурентоспособности угледобывающего предприятия на основе бенчмаркинга

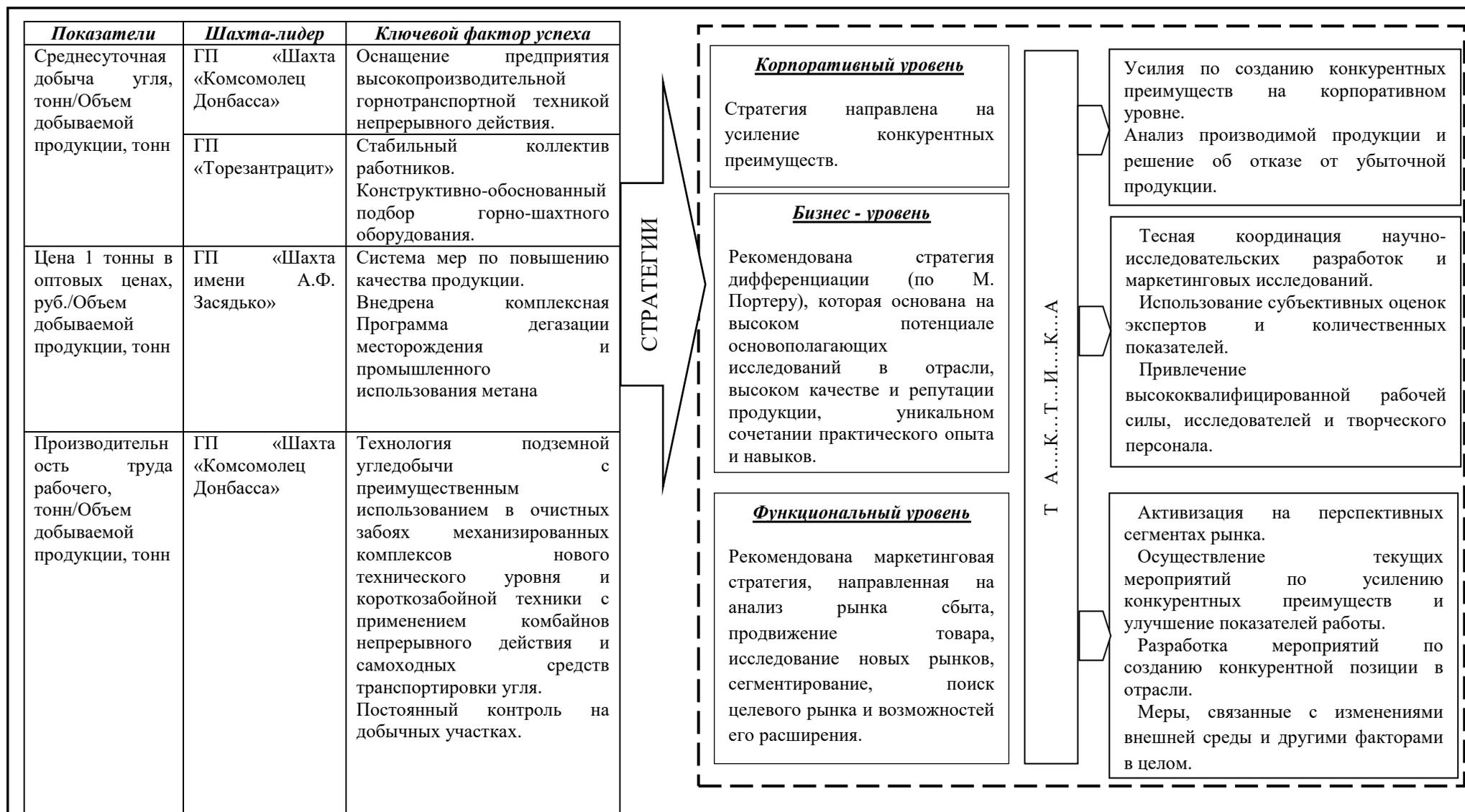


Рисунок 6 – Стратегии развития угледобывающих предприятий Донецкой Народной Республики

По результатам исследования определено, что базовой составляющей в системе управления конкурентоспособностью угледобывающего предприятия является подсистема комплексной адаптации предприятия и его конкурентных преимуществ, что позволило разработать механизм формирования конкурентных преимуществ угледобывающего предприятия (рисунок 7).



Рисунок 7 – Механизм формирования конкурентных преимуществ угледобывающего предприятия, основанный на комплексной адаптации

Механизм формирования конкурентных преимуществ угледобывающего предприятия, основанный на комплексной адаптации состоит из: рыночной

адаптации – предприятию необходимо оценить имеющиеся позиции на внутреннем рынке Донецкой Народной Республики, произвести поиск, изучение и завоевание новых рынков сбыта угольной продукции; изучить перспективы разработки и организации производства новых видов продукции из угля; инновационной адаптации – производить внедрение современных технологий, использовать новые виды материалов для строительства и укрепления подземных сооружений, улучшить качество добываемой продукции на обогатительных фабриках; организационно-управленческой адаптации, включающей исследование кадрового потенциала, привлечение молодых специалистов и руководителей с целью повышения эффективности деятельности предприятия; маркетинговой адаптации, направленной на разработку маркетинговой стратегии и организацию службы сбыта продукции.

Таким образом, представленный механизм формирования конкурентных преимуществ угледобывающего предприятия позволяет разработать стратегию повышения его конкурентоспособности. Анализ и оценка конкурентоспособности предприятия базируются на выводах о том, что комплексная адаптация и конкурентные преимущества предприятия представляют собой его маркетинговый потенциал, который позволит предприятию повысить его конкурентоспособность. Разработка маркетинговой стратегии развития предприятия в разрезе элементов комплекса маркетинга выступает основой для повышения конкурентных преимуществ угледобывающего предприятия.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В диссертационной работе решена актуальная задача, заключающаяся в развитии теоретических положений и разработке практических рекомендаций по совершенствованию системы управления конкурентоспособностью угледобывающего предприятия на основе маркетинга.

Полученные результаты исследования позволили обосновать и сформулировать следующие выводы и рекомендации:

1. Определена сущность «конкурентоспособности предприятия» как экономической категории, которая характеризует способность предприятия иметь конкурентные преимущества перед другими предприятиями на рынке товаров, адаптируясь к изменениям во внешней среде. Уточнено понятие экономической категории «конкурентоспособность угледобывающего предприятия» как способность предприятия соответствовать требованиям государственного регулирования и потребностям рыночного спроса на добываемую продукцию, сохраняя конкурентные преимущества.

2. В работе проведено исследование формирования конкурентоспособности предприятия на основе маркетингового подхода и предложен концептуальный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия на основе маркетинга, который определяет его цели, задачи, факторы, маркетинговый инструментарий и конкурентные стратегии, что позволит предприятию сохранять экономически устойчивые позиции, удерживать конкурентные преимущества и производить конкурентоспособную продукцию.

3. Выявлено, что бенчмаркинг представляет собой инструмент маркетинговых исследований, метод оценки конкурентоспособности, способ выбора лучшего метода для повышения конкурентных преимуществ и выступает основой формирования конкурентных преимуществ, что позволяет рассматривать его как перспективное направление для развития Донецкой Народной Республики.

4. Изучен региональный рынок угледобывающей отрасли Донецкой Народной Республики. Выявлено, что на территории республики функционируют 17 предприятий по добыче и реализации угля. Проведен SWOT-анализ угледобывающей отрасли и анализ с помощью модели по пяти силам М. Портера. К основным проблемам отрасли следует отнести: сложные горно-геологические условия, устаревшие основные фонды и технологии, низкий уровень оплаты труда рабочих, отсутствие рынка сбыта. Также следует отметить, что угледобывающие предприятия не проводят оценку уровня конкурентоспособности угольной продукции и предприятия, что не позволяет строить стратегию развития предприятий и отрасли в целом.

5. Проведен конкурентный анализ угледобывающей отрасли Донецкой Народной Республики. Построена карта сегментации залежей по маркам углей, схема позиционирования основных угледобывающих предприятий по показателям в зависимости от объемов добываемой продукции: среднесуточная добыча угля, цена 1 тонны товарной продукции в оптовых ценах, производительность труда одного рабочего, что позволило выявить лидирующие предприятия среди анализируемых групп.

6. Проведена диагностика конкурентоспособности угледобывающих предприятий. Произведен расчет единичного и группового показателей конкурентоспособности, что позволило сделать вывод о предприятиях – лидерах: добывающих и реализующих уголь марки «Ж» – ГП «Шахта им. А.Ф. Засядько»; у марки «Т» лидирует ГП «Шахта «Комсомолец Донбасса». На основе корреляционно-регрессионного анализа построена эконометрическая модель, которая дает возможность осуществлять прогноз рентабельности деятельности угледобывающего предприятия, учитывая наиболее важные экономические показатели, влияющие на конкурентоспособность предприятия. Для более точной оценки конкурентоспособности проведен анализ качественных показателей-критериев угледобывающих предприятий.

7. Усовершенствована система управления конкурентоспособностью предприятия, включающая четыре составляющие: подсистему маркетинговой информации; подсистему маркетингового анализа; подсистему планирования и прогнозирования и подсистему комплексной адаптации предприятия.

8. Для развития предприятий угледобывающей отрасли Донецкой Народной Республики предложена маркетинговая стратегия повышения конкурентоспособности угледобывающих предприятий на основе комплексной адаптации, включающей рыночную инновационную, организационно-управленческую, маркетинговую адаптации, что позволит предприятию повысить его конкурентоспособность.

СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ АВТОРОМ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Монографии

1. Комарницкая, Е.В. Теоретико-методологические основы оценки конкурентоспособности национальной экономики / Е.В. Комарницкая // Конкурентоспособность национальных экономик в системе мирохозяйственных связей: монография / под ред. Е.С. Шилец. – Донецк: Издательство ГОУ ВПО «ДонНУ», 2017. – С.58-62.

2. Комарницкая, Е.В. Основные проблемы и перспективы развития угледобывающей отрасли / Е.В. Комарницкая // Актуальные вопросы управления социально-экономическими системами на постконфликтных территориях: монография/ под общ. ред. А. В. Половяна. – Донецк: Издательство ГОУ ВПО «ДонНУ», 2019. – С. 104-113.

Статьи в рецензируемых научных изданиях

3. Комарницкая, Е.В. Генезис сущности конкурентоспособности предприятия / Р.И. Балашова, Е.В. Комарницкая // Менеджер. Вестник Донецкого государственного университета управления. – 2017. –№ 1(79). – С.157-166. *Личный вклад: обосновано понятие конкурентоспособности как экономической категории.*

4. Комарницкая, Е.В. Усовершенствование методов оценки конкурентоспособности предприятия / Е.В. Комарницкая. – Вестник ДонНУ Серия В: Экономика и право. – 2017. –№ 1 – С. 55-63.

5. Комарницкая, Е.В. Государственное регулирование экономических процессов как условие развития конкурентоспособности предприятий / Е.В. Комарницкая. – Торговля и рынок. – 2017. –№ 3(43), т. 2 – С. 101-107.

6. Комарницкая, Е.В. Маркетинговое исследование уровня конкурентоспособности промышленных предприятий / Е.В. Комарницкая. – Торговля и рынок. – 2018. – № 4(48) – том 2 – С. 74-80.

7. Комарницкая, Е.В. Научно-методический подход к маркетинговому анализу конкурентоспособности угледобывающих предприятий / Е.В. Комарницкая. – Вестник ДонНУ Серия В: Экономика и право. – 2019. – № 1 – С. 70-76.

Публикации в других изданиях

8. Комарницкая, Е.В. Анализ и оценка методов конкурентоспособности предприятий / Е.В. Комарницкая Е.В. – Вестник Макеевского экономико-гуманитарного института. – 2016. – № 25 (38) – С. 45-56.

Статьи в рецензируемых научных изданиях, индексируемых РИНЦ

9. Комарницкая, Е.В. Конкурентоспособность предприятия как экономическая категория / Р.И. Балашова, Е.В. Комарницкая // Экономические исследования и разработки. – Нижний Новгород: НОО «Профессиональная

наука» – 2016. – №3. – С.75-85. *Личный вклад соискателя: предложено уточненное определение понятия «конкурентоспособность предприятия».*

Труды апробационного характера

10. Комарницкая, Е.В. Исследование сущности конкурентоспособности как экономической категории / Е.В. Комарницкая // Управление развитием социально-экономических систем: глобализация, предпринимательство, устойчивый экономический рост: матер. XVI Междунар. научн. конф., 7-8 дек. 2015 г., г. Донецк. – Донецк: ДонНУ, 2015. – С. 430-432.

11. Комарницкая, Е.В. Резервы повышения уровня конкурентоспособности предприятий / Е.В. Комарницкая // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности: матер. V Междунар. науч.-практ. интернет-конф., 29 февр. 2016 г., г. Донецк. – Донецк: ДонНУЭТ, 2016. – С. 174-177.

12. Комарницкая, Е.В. Методологические основы оценки конкурентоспособности предприятий / Е.В. Комарницкая // Экономика и право: становление, развитие, трансформация: матер. междунар. науч.-практ. конф., 13 апр. 2016 г., г. Макеевка – Макеевка: МЭГИ, 2016. – С.43-45.

13. Комарницкая, Е.В. Инновационная составляющая в деятельности предприятия как фактор повышения его конкурентоспособности / Е.В. Комарницкая // Государственное управление инновациями: проблемы, технологии, перспективы: матер. II междунар. науч.-практ. конф., 14 апр. 2016 г., г. Донецк. – Донецк: ДонНТУ, 2016. – С. 139-141.

14. Комарницкая, Е.В. Конкурентоспособность предприятия как категория в системе национального хозяйства / Е.В. Комарницкая // Маркетинг и маркетинговые исследования: современные научные подходы: научные исследования: сб. науч. трудов по материалам I Междунар. науч.-практ. конф. 30 ноября 2016 г., г. Казань. – Казань: НОО «Профессиональная наука», 2016. – С.11-17.

15. Комарницкая, Е.В. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия / Е.В. Комарницкая // Инновационное развитие экономики Донбасса: проблемы, перспективы, решения: материалы Круглого стола (23 мая 2017 г.) / МОН ДНР, ГУ «Институт экономических исследований»; под. ред. А.В. Половяна. – Донецк: Изд-во ФЛП С.Г. Кириенко, 2017. – С. 57-63.

16. Комарницкая, Е.В. Конкурентоспособность предприятия в системе национального хозяйствования / Е.В. Комарницкая // IV Междунар. науч.-практ. конф. «Механизмы управления экономическими, экологическими и социальными процессами в условиях инновационного развития», 30 ноября 2017 г., г. Алчевск – Донецк: Изд-во «ООО «НПП «Фолиант»», 2017. – С. 175-179.

17. Комарницкая, Е.В. Исследование внешней маркетинговой среды угледобывающих предприятий / Е.В. Комарницкая // Матер. III Всероссийской науч.-практ. конф. «Информационные технологии в экономике и управлении», 29-30 ноября 2018 г., г. Махачкала. – Махачкала: Дагестанский государственный технический университет, 2018. – С. 275-278.

18. Комарницкая, Е.В. Маркетинговая оценка инновационной экономики промышленных предприятий / Р. И. Балашова, Е.В. Комарницкая // Экономика и маркетинг в XXI веке: проблемы, опыт, перспективы: сбор. матер. XV междунар. науч.-практ. конф., 22-23 ноября 2018 г., г. Донецк. – Донецк: ДонНТУ, 2018. – С. 122-127. *Личный вклад соискателя: предложена уточненная маркетинговая оценка инновационной экономики промышленного предприятия.*

АННОТАЦИЯ

Комарницкая Е.В. Маркетинг в системе управления конкурентоспособностью предприятия. – На правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т. ч.: маркетинг). – ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики, Донецк, 2019.

Диссертационная работа посвящена исследованию теоретических положений, разработке научно-методических подходов и практических рекомендаций к совершенствованию системы управления конкурентоспособностью угледобывающего предприятия Донецкой Народной Республики на основе маркетинга.

Разработаны концептуальные основы формирования системы управления конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга, определяющие цели, задачи, факторы, маркетинговый инструментарий и конкурентные стратегии, отличающиеся бенчмаркинговым подходом к выявлению лидирующих позиций предприятий. Это позволит предприятию обеспечить устойчивые позиции, конкурентные преимущества и конкурентоспособную продукцию.

Усовершенствован механизм формирования конкурентных преимуществ угледобывающего предприятия, который, в отличие от существующих, основан на комплексной адаптации, включающей рыночную, инновационную, организационно-экономическую и маркетинговую адаптации с целью совершенствования направлений хозяйственной деятельности.

Разработан научно-методический подход к диагностике конкурентоспособности угледобывающего предприятия, включающий использование маркетингового инструментария (сегментация, конкурентное позиционирование, бенчмаркинг). Такой подход позволит выявить ключевые факторы успеха для оценки конкурентоспособности и разработки стратегии развития.

Усовершенствована система управления конкурентоспособностью предприятия, включающая четыре составляющие: подсистему маркетинговой информации; подсистему маркетингового анализа; подсистему планирования и прогнозирования в управлении конкурентоспособностью и подсистему комплексной адаптации предприятия.

Ключевые слова: маркетинг, конкурентоспособность, управление, предприятие, угледобывающее предприятие, стратегия, бенчмаркинг, адаптация.

ANNOTATION

Komarnitskaya E.V. Marketing in the enterprise competitiveness management system. - On the manuscript.

Thesis for the degree of Candidate of Economic Sciences in the specialty 08.00.05 - Economics and Management of the National Economy (various branches including marketing). - State educational institution of higher vocational education `Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky` Ministry of Education and Science of Donetsk People's Republic, Donetsk, 2019.

Thesis work is devoted to research of abstract theorem, development of scientific and methodological approaches and practical recommendations for improvement of the management system of competitiveness of coal mining enterprise of Donetsk People's Republic on the basis of marketing.

A conceptual framework for the development of a marketing-based enterprise competitiveness management system has been developed. It defines goals, objectives, factors, marketing tools and competitive strategies characterized by a benchmarking approach to identifying the leading positions of enterprises that allow an enterprise to have a stable position, competitive advantages and competitive products.

The mechanism of formation of competitive advantages of the coal mining enterprise is improved. It is based on complex adaptation, including market, innovative, organizational-economic and marketing adaptation, which will allow the enterprise to improve economic activity.

A scientific and methodological approach to diagnostics of competitiveness of a coal mining enterprise has been developed. It includes, unlike the known ones, the use of marketing tools (segmentation, competitive positioning, benchmarking), which will allow to identify key factors of success for evaluation of competitiveness and development of growth strategy.

The enterprise competitiveness management system has been improved, which includes four components: the marketing information subsystem in competitiveness management; marketing analysis subsystem in competitiveness management; a subsystem of planning and forecasting in the management of competitiveness; and a subsystem of integrated adaptation of the enterprise.

Keywords: marketing, competitiveness, management, enterprise, coal mining enterprise, strategy, benchmarking, adaptation.

Подписано к печати «09» января 2020 г. Формат 60x84x1/16.
Усл. печ. л. –1,5. Печать – ризография. Заказ 09/03 Тираж 100 экз.
Отпечатано ФЛП Кириенко С.Г.

Свидетельство о государственной регистрации физического
лица-предпринимателя № 15460 серия АА02 от 21.01.2016г.
ДНР, 283014, г. Донецк, пр. Дзержинского, 55/105.
Тел.: +38(050) 524-50-36, e-mail: ksg11@ukr.net.