

УДК 330.3

***ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В
КОНТЕКСТЕ ИХ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ***

Вишневская Н.Г.

к.э.н., доцент,

Башкирский государственный университет,

Уфа, Россия

Нафиков И.А.

Магистрант,

Башкирский государственный университет,

Уфа, Россия

Аннотация

Целью статьи является исследование возможностей повышения уровня конкурентоспособности промышленных предприятий в условиях реализации стратегий их развития.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, стратегия развития, конкурентный потенциал, методология оценки конкурентоспособности, конкурентные преимущества.

***IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN THE
CONTEXT OF THEIR STRATEGIC DEVELOPMENT***

Vishnevskaya N.G.

PhD, Associate Professor,

Bashkir state university, Ufa, Russia

Nafikov I.A.

Maser student

Bashkir state university, Ufa, Russia

Annotation: the purpose of the article is to study the possibilities of increasing the level of competitiveness of industrial enterprises in the implementation of their development strategies.

Keywords: enterprise competitiveness, development strategy, competitiveness assessment methodology, competitive advantages.

Основным условием развития и эффективного функционирования современных предприятий в рыночных условиях является их высокая конкурентоспособность. В условиях жесткой конкуренции возрастает необходимость разработки долгосрочных стратегий развития промышленных предприятий, которые определяли четкие ориентиры на будущую перспективу и помогали направлять усилия субъектов хозяйствования на поиск долгосрочных конкурентных преимуществ.

Несмотря на значительный научный задел по данной проблематике остается актуальным исследование вопросов повышения конкурентоспособности предприятий в контексте их стратегического развития, поскольку обострение конкурентной борьбы на современном этапе развития национальной экономики снижает конкурентные преимущества отечественных промышленных предприятий и препятствует достижению их устойчивых рыночных позиций.

Исследуя теоретические аспекты по конкурентоспособности предприятий следует заметить, что общепринятого определения данного понятия не существует. На основе исследований ученых, изучавших данную проблематику, можно сформулировать понятие конкурентоспособности предприятия как способность предприятия выпускать и реализовывать конкурентоспособную продукцию, которая будет иметь конкурентные преимущества по сравнению с товарами-аналогами конкурентов в

определенный промежуток времени на определенном рынке, а также формировать динамику результативности положительных изменений основных показателей прибыльности и повышения стоимости собственного капитала компании.

В зарубежной и отечественной литературе широко представлены факторы, обеспечивающие конкурентные преимущества организации. Ученые в зависимости от своих взглядов и области исследований обосновывают различный набор факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятий.

[1]

Обобщение точек зрения ученых позволили сформировать перечень факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия, и классифицировать их по следующим признакам:

- факторы, снижающие конкурентоспособность предприятия, или приводят к ее потере (внешние и внутренние) (табл. 1);
- факторы, способствующие конкурентоспособности предприятия (внешние и внутренние).

Таблица 1. Факторы снижения конкурентоспособности предприятия.

<i>Внешние факторы</i>	
Научно-технический прогресс:	<p>возникновения и / или высокие темпы инноваций:</p> <ul style="list-style-type: none"> - в производстве - технологии, новые орудия и предметы труда; - в товаре, его свойствах; - в организации маркетинга.
Государственная политика:	<p>в экономике:</p> <ul style="list-style-type: none"> - угроза в виде отсутствия поддержки в ценообразовании, налогообложении, в инвестиционной деятельности предприятия; <p>в законодательной сфере:</p> <ul style="list-style-type: none"> - неблагоприятные изменения в законодательстве; - отсутствие государственной политики в сфере законотворчества; <p>в социальной сфере:</p> <ul style="list-style-type: none"> - увеличение уровня влияния социальных требований;

	- увеличение социальных стандартов.
Инфраструктура рынка:	- несовершенство или ухудшение инфраструктуры рынка
потребители:	- изменения потребностей; - рост уровня требований; - ухудшение уровня жизни.
конкуренты:	поведение конкурентов на рынке: - появление новых конкурентов со старым товаром; - появление новых конкурентов с новым товаром; нарушения антимонопольного законодательства: - объединение, договоренность.
поставщики / партнеры (Сырья, энергии, оборудования, квалифицированных кадров):	- поведение поставщиков / партнеров; - их исчезновения (недоступность); - повышение цен на их продукцию, и в целом их диктат при дефиците поставщиков.
<i>Внутренние факторы</i>	
маркетинг:	- негибкая ценовая политика, или ее ухудшения; - негибкая ассортиментная политика; - сужение ассортимента товаров; - ухудшение эффективности работы (разрушение) системы стимулирования сбыта и послепродажного обслуживания и рекламы;

К внешним факторам, способствующим повышению конкурентоспособности предприятия можно отнести следующие: рост кредитования производства, благоприятные изменения в законодательстве, улучшения инфраструктуры рынка, приверженность покупателей, улучшение уровня жизни, уход конкурента с рынка, возникновения барьеров входа в отрасль, усиление контроля за выполнением антимонопольного законодательства и др.

К внутренним факторам повышения конкурентоспособности предприятия могут быть отнесены следующие: улучшение ценовой политики, улучшения ассортимента товаров, повышения эффективности системы стимулирования

сбыта и послепродажного обслуживания и рекламы, стабильная инновационная деятельность, возможность быстрой переналадки оборудования и технологического перевооружения, стабилизация финансовой устойчивости, увеличение платежеспособности, улучшения деловой активности, эффективная система мотивации труда, создание и использование норм организационного поведения, квалифицированный состав кадров, эффективная система управления на предприятии, выполнение требований обязательной социальной ответственности и др.

Современная теория конкуренции располагает различные концепции, методы, модели и инструменты повышения конкурентоспособности предприятия. Вместе с тем в практике отечественных промышленных предприятий внедрение находит лишь малая часть теоретических разработок. Это связано с их несоответствием специфике конкурентной среды и недостаточной квалификацией отдельных руководителей. Сформировать механизмы и инструменты повышения конкурентоспособности промышленных предприятий с учетом особенностей современных условий хозяйствования, связанных с глобализацией экономики и ужесточением международной конкуренции, позволяет развитие такой экономической категории как конкурентный потенциал.

Конкурентный потенциал промышленного предприятия отражает наличие у него возможностей по формированию долговременных конкурентных преимуществ. Конкурентный потенциал, с одной стороны, обеспечивает эффективную реализацию конкурентной стратегии, способствует сохранению или увеличению доли рынка и, тем самым, обеспечивает конкурентоспособность предприятия, а с другой - создает условия для развития и улучшения конкурентной позиции предприятия в будущем.[2]

Несмотря на то, что в современных экономических условиях предприятиям (производителям продукции) - нужно постоянно отслеживать изменения спроса на рынке, стоимость сырьевых ресурсов и другие факторы влияния внешней среды на их деятельность и др. Вопрос повышения

конкурентоспособности субъектов хозяйствования зависит от степени использования новых подходов в управлении организацией, стратегического менеджмента, стратегического и оперативного контроллинга, а также стратегического маркетинга.[3]

Повышение конкурентоспособности представляет собой процесс изменений, и как любой процесс, требует управления и, в частности, стратегического подхода. Поскольку изменения касаются всех основных организационных составляющих, включая структуру кадров, технологию, оборудование, занятость, квалификацию, рынки сбыта, продукцию, то, соответственно, исходным моментом повышения конкурентоспособности выступает разработка стратегии такого повышения с учетом всех аспектов содействия и противодействия. [4]

Как свидетельствует мировой опыт, выработка и реализация стратегии деятельности компании обеспечивают ей значительные конкурентные преимущества. Зарубежные специалисты по управлению располагают эти преимущества в таком порядке.

1. Разработка и выбор типа стратегии поощряет руководителей постоянно мыслить перспективно.
2. Выбор стратегии способствует четкой координации усилий, предпринимаемых компанией.
3. Стратегия позволяет установить показатели деятельности и в дальнейшем их контролировать.
4. Выбранная стратегия заставляет компанию четко определять свои задачи.
5. Стратегическое управление способствует готовности компании к внезапным изменениям и кризисов.
6. Стратегия наглядно демонстрирует взаимосвязь обязанностей всех должностных лиц [5].

Поскольку конкурентоспособность выражает результат взаимодействия всех внутренних элементов системы (производственных, экономических,

научно-технических) и внешних отношений между промышленными предприятиями, поэтому для кардинального улучшения результатов деятельности следует выходить за рамки бизнеса, используя принципиально новые управленческие решения и стратегические альтернативы.

Библиографический список:

1. Конкурентные преимущества предприятия [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <http://www.student.zoomru.ru/tur/konkurentnye-preimushhestva-predpriyatiya/78858.644446.s2.html> (2011 г.).
2. Фомченкова Л.В., Дли М.И. Конкурентный потенциал - основа повышения конкурентоспособности промышленного предприятия / Фомченкова Л.В., Дли М.И. // Российское предпринимательство № 1 / 2005 [Электронный ресурс] — Режим доступа — URL: <https://creativeconomy.ru/lib/1298> (2005 г.).
3. Конкурентоспособность предприятия и пути ее повышения [Электронный ресурс] — Режим доступа — URL: <https://moi-portal.ru/blogi/19350-konkurentosposobnost-predpriyatiya-i-puti-ee-povysheniya/> (2013 г.).
4. Управление конкурентоспособностью [Электронный ресурс] — Режим доступа — URL: <http://works.doklad.ru/view/6ss7Z6ItO18/20.html>
5. Стратегия деятельности предприятий [Электронный ресурс] — Режим доступа — URL: <http://center-yf.ru/data/ip/strategiya-deyatelnosti-predpriyatiy.php>
6. Вишневская Н.Г., Связов А.П. Проблемы экономической безопасности современной фирмы // Финансовый бизнес. 2017. № 4 (189). С. 35-38.
7. Гилмутдинова Н.Н., Вишневская Н.Г. Внешняя торговля Российской Федерации в современный период//Актуальные вопросы экономики региона: анализ, диагностика и прогнозирование: материалы VI Международной студенческой научно-практической конференции. 2016.
8. Еленева Ю.Я. Обеспечение конкурентоспособности промышленных предприятий [Текст] / Ю.Я. Еленева. - М.: «Янус-К», 2009. - 296 с.
9. Квасникова В. В., Жучкевич О. Н. Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум; Инфра-М, Новое знание - Москва, 2013. - 192 с.
10. Кони́на Н. Ю. Конкурентоспособность фирмы в глобальном мире; Проспект - Москва, 2012. - 368 с.

11. Кузнецова Е. И. Экономическая безопасность и конкурентоспособность. Формирование экономической стратегии государства; Юнити-Дана - Москва, 2012. - 240 с
12. Л. П. Артеменко. - 2 е изд. - М.: Центр учебной литературы, 2011. - 440 с.
13. Самойлович В. Г., Телушкина Е. К. Экономика предприятия; Академия - Москва, 2010. - 224 с.
14. Философова Т. Г., Быков В. А. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность; Юнити-Дана - Москва, 2013. - 296 с.

© И. А. Нафиков, Н. Г. Вишневская 2018