

УДК 677.4

***РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ
КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «НИИЭМИ»***

Гамова Д.В.

студент,

ФГАОУ ВО Севастопольский государственный университет,

Севастополь, Россия

Абрамова Л.С.

к.э.н., доцент,

ФГАОУ ВО Севастопольский государственный университет,

Севастополь, Россия

Аннотация

В рыночных отношениях каждое предприятие стремится к получению максимальной возможной выгоды, но при наличии или её отсутствия можно овладеть, как и положительным характером, так и отрицательным. Если предприятие находится в конкурентной среде, то определяется определённая стратегия, таким образом при должных изучениях видов конкуренции и классификаций конкурентной стратегии, можно будет достичь успешного функционирования компании в условиях рыночных отношений. Значимость статьи заключается в описании нескольких конкурентных стратегии и определении показателей с целью выявления определённых направлений развития предприятия ООО «НИИЭМИ».

Ключевые слова: конкурентная стратегия развития предприятия, конкуренция, миссия, цели предприятия, виды конкурентной стратегии, стратегия, виды конкуренции, рыночные отношения, текстильная промышленность.

***DEVELOPMENT OF MEASURES TO IMPROVE THE COMPETITIVE
STRATEGY OF THE ENTERPRISE NIEMI LLC***

Gamova D.V.

student,

Sevastopol State University,

Sevastopol, Russia

Abramova L.S.

PhD, Associate Professor,

Sevastopol State University,

Sevastopol, Russia

Annotation

In market relations, every business seeks to obtain the maximum possible benefit, but with or without it, it can be dealt with, both positively and negatively. If the company is in a competitive environment, then a certain strategy is determined, thus, with a proper study of the types of competition and the classification of competitive strategies, it will be possible to achieve the successful functioning of the company in the conditions of market relations. The significance of the article lies in the description of several competitive strategies and the definition of indicators in order to identify certain areas of development of the company "NIEMI" LLC.

Key words: competitive strategy of enterprise development, competition, mission, goals of the enterprise, types of competitive strategy, strategy, types of competition, market relation, textile industry.

На сегодняшний день для того, чтобы оставаться конкурентоспособным в современных условиях, предприятия должны уделять особое внимание стратегиям развития своей деятельности. Непрерывное совершенствование протекающих процессов компании, правильно выстроенная стратегии обеспечивают непосредственный доход компании, а также позволяют устранять потери и снижать затраты.

Конкурентоспособность предприятие является одним из наиболее важных показателей, отражающих эффективность производства, объём и качество производимой продукции, а также и уровень себестоимости. Актуальность данной темы исследования заключается в том, что в современном мире постоянно идёт рост конкуренции за ресурсы, появляются новые возможности для предприятия, повышение качества товаров и услуг, увеличение ассортимента, также развиваются информационные каналы и происходит изменение капитала. Для того чтобы успешно справиться с конкуренцией необходимо знать и понимать какие есть конкурентные стратегии, чтобы достичь желаемого результата.

Конкуренция – это соперничество между предприятиями для получения максимальной прибыли, имея при этом положительные и отрицательные факторы [4, с.1]

К положительным факторам относится снижение издержек, высокое качество продукции, адаптация к спросу.

К отрицательным факторам будут относиться такие показатели, как: чрезмерное эксплуатация товара, кризис производства, а также какие-нибудь возможные экологические нарушения.

В зависимости от специализации предприятия принято выделять несколько своих конкурентных стратегий [5]:

1. Виолентная (силовая) стратегия. Стратегия предполагает проведение предприятием политики доступных цен при низком уровне издержек сравнительно своих конкурентов, но при этом обеспечении качества среднего уровня. Стратегия может иметь несколько типов. К таким типам относят:

“Гордый лев” – это предприятия, для которых характерен самый динамичный темп развития. Для них характерна чёткая отраслевая деятельность и малое расширение ассортимента выпускаемой продукции.

“Могучий слон” – предприятие, по сравнению с типом Гордый лев, характерно менее активное развитие, и с более расширенным ассортиментом выпускаемой продукции. Часто компании избегают быть первыми из-за риска потери ресурсов. Но когда успех уже точно предопределён, они используют все силы.

“Неповоротливый бегемот” – предприятие, для которых характерен утрата динамикой развития, занимавшейся чрезмерно активным производством ассортимента выпускаемой продукции. Пытаясь сохранить большой оборот в связи с большим обхватом направлений, компания постепенно утрачивает способность получать достаточно прибыли и начинает приносить убытки.

2. Пациентовая (нишевая) стратегия – стратегия “хитрых лис”, предполагает производство новой продукции высокого качества для ограниченного круга потребителей. Стратегию можно рассматривать в случае, если она направлена на завоевание рынка и вытеснение конкурента, и является составной частью общей стратегии.

3. Коммутантная (соединяющая) стратегия – стратегия “серые мышцы”, основанная на максимально гибком удовлетворение небольших по

объёму потребностей рынка. Охватывает в себе положительные черты сторон представленных в данной квалификации стратегий.

4. Экспериментная (пионерская) стратегия – стратегия “первых ласточек” опережение во внедрение важных преобразований, которые открывают путь к свободным от конкурентов рынкам. Для стратегии характерен риск, который при выгодном случае, улучшает свою деятельность и свой продукт. Применяет революционные решения.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что конкурентная стратегия должна основываться на двух необходимых условиях. Во-первых, должна быть определена стратегическая цель предприятия. Во-вторых, должен быть выбран определённый путь реализации стратегии.

В данной статье разработка конкурентной стратегии развития осуществляется для компании текстильной отрасли ООО «НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ ЭЛАСТИЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ И ИЗДЕЛИЙ» (ООО «НИИЭМИ») [2].

Основным направлением деятельности компании является производства эластичных материалов и изделий.

Компания ООО «НИИЭМИ» относится к виолентной стратегии предприятия и к типу “неповоротливый бегемот”. Данный вывод был сделан про помощи сравнительного анализа деятельности и оценки финансового и рыночного положения компаний-конкурентов представленных в таблице 1.

Таблица 1 - Сравнительный анализ деятельности и оценка финансового и рыночного положения компаний - конкурентов.

Показатели	Единицы измерения	Наименования			
		ООО "НИИЭМИ"	ООО "Талант Кью Про"	ООО "НИИКАМ"	ООО "СИГМ ПЛЮС"
Выручка	руб.	180 000 000	181 000 000	182 000 000	179 000 000
Чистая прибыль	руб.	513 000	33 600 000	7 210 000	134 000 000

Коэффициент текущей ликвидности	%	2,09	2,14	2,58	14,4
Коэффициент автономности	%	-0,76	0,6	0,77	0,93
Коэффициент покрытия инвестиций	%	0,56	0,6	0,77	0,93
Оборачиваемость оборотных активов	дни	309	133	173	214
Рентабельность активов	%	0,02	51,10	1,48	30,70
Рентабельность продаж	%	0,32	28,20	0,14	25,30
Норма чистой прибыли	%	0,02	22,30	11,90	18,80

Таким образом, выручка от реализации состоит на почти равный условиях с конкурентами только происходят колебания в 1-2 млн. рублей, но выручка никак не сказалась на показатели предприятия ООО «НИИЭМИ». Показатели, представленные в таблице 1 данного предприятия, гораздо меньше её конкурентов, что говорит о том, что на организацию сильно повлияли ограничения в связи с пандемией COVID-19.

Финансовое положение предприятия ООО «НИИЭМИ» нестабильно. Коэффициент автономности составляет -0,76, что гораздо ниже рекомендуемых обозначений, также на плохом уровне находится рентабельность продаж – 0,32%, когда конкурирующие организации составляют от 14 до 28 %, это связано с низкой чистой прибыльности компании равной 512 000 рублей.

Рентабельность активов имеет достаточно низкое значение в 0,02%. Это связано с отрицательным показателем чистых активов: -137 000 000 руб. (+513 тыс. руб. за год). Но активы компании составляют 193 000 000 руб. (+7.1% за год).

Конкурентные позиции ООО «НИИЭМИ» имеют значительную зависимость от финансового состояния, а финансовое состояние, в свою очередь, существенно влияет на конкурентоспособность предприятия, являясь одним из важнейших факторов, которые формируют конкурентные позиции хозяйствующего субъекта.

Стратегические решения, принимая качественные и перспективные решения для тщательной оценки, являются главным источником конкурентоспособности бизнеса. Для основного принятия грамотных стратегических решений является наличие у организации миссии, целей и стратегий [3, с.102].

Миссия предприятия ООО «НИИЭМИ» – обеспечение населения качественными эластомерными материалами и изделиями, которые были разработаны в рамках предприятия соблюдая все правила безопасности.

Если миссия определяет общие ориентиры, направление деятельности организации, определяющий смысл его функционирования, то определённое конечное состояние обозначается в виде её целей.

Основные цели предприятия ООО «НИИЭМИ»:

- Комплексное исследование и создание уникальных эластомерных композиционных материалов и резинотехнических изделий;
- Фундаментальное исследование резинотехнические изделия обеспечивают длительную работоспособность объектов современной техники;
- Улучшения контроля качества изделий и безопасности продукции;
- Вернуться в первые строчки лидеров среди поставщиков уникальных резинотехнических изделий для предприятий страны;
- Повысить чистую прибыль;
- Повысить показатели рентабельности и эффективности предприятия.

В современных условиях, где наука не стоит на месте и стремительно улучшаются технологии, где конкуренция вышла на новый уровень от предприятий, требуют способность к устойчивости в данных изменениях.

Также важным фактором влияющий на формирование конкурентной стратегии является кризис, связанный с пандемией COVID-19. Данная ситуация сильно повлияла на ООО «НИИЭМИ», так как её конкурентное преимущества основанное на владение особенными физическими активами, повлияла также на экспорт из страны и на поставки в различные страны СНГ. С ростом задержек в производстве и транспортировке из-за изменения работы, контролирование запасов, которая осуществлялась точно в срок, перешло на второй план. Компания диверсифицировала часть рисков отсутствием продуктов на складе. Затраты на производства, перемещение и транспортировку постепенно стали снижаться.

Для создания более эффективной системы пакета конкурентной стратегии предприятия ООО «НИИЭМИ» следует образовать самостоятельные службы-отдела маркетинга специализирующие в своей деятельности. В главную очередь это позволит получить определённые преимущества перед конкурентами.

Стоит выделить следующие мероприятия по разработки конкурентной стратегии предприятия:

- организация и осуществление комплекса работ, способствующее реализации эластичных материалов и изделий;
- обеспечение организации и ведения маркетинговой и сбытовой работы на предприятии с целью достигнуть устойчивого финансового положения и получить максимальную экономическую эффективность;
- формирование ассортимента товаров, который максимально соответствует возможностям предприятия и потребностям рынка;

– обеспечение надежной, своевременной и достоверной информации о рынке, конкурентах, потребителях, услугах и товарах;

– организация рекламной деятельности, а также комплекса мероприятий для формирования и поддержания связей с общественностью, которые позволят получить необходимую доходность и прибыльность от реализации, осуществить формирование имиджа компании и поддерживать его;

– организация работ, направляемых на выполнение договорных отношений с клиентами предприятия.

Конкурентоспособность находится в зависимости от рассмотренных ранее условий. Установить вид данной связи и сформулировать её численно сложно, но её присутствие считается катализатором в интересах поиска путей оценки и роста конкурентоспособности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (ред. От 27.12.2018) «О защите конкуренции» (с изм. И доп.,выступ. В силу с 08.01.2019)// «Собрание законодательства РФ», 31.07.2006, N 31 (1 ч.), ст. 3434.

2. «Официальный сайт акционерного общества НИИЭМИ». [Электронный ресурс]. - Режим доступа– URL: <https://niiemi.ru/>

3. Абрамов, В. С. Стратегический менеджмент в 2 ч. Часть 1. Сущность и содержание : учебник и практикум для вузов / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов ; под редакцией В. С. Абрамова. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 270 с.

4. Беляева Д.А. Основные стратегии повышения конкурентоспособности предприятия / Д.А. Беляева. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2020. - №5 (295). – С.102-104.

5. Шайбакова А.В. Методика повышения конкурентоспособности бизнес-структуры /// В сборнике: Статьи для высших учебных заведений 2017-2022. [Электронный ресурс]. - Режим доступа <https://bstudu.net/>

Оригинальность 89%