

Левина М. Б.

аспирант,
Российская академия предпринимательства

Обеспечение конкурентоспособности предпринимательской структуры на основе стратегии развития в современных условиях

***Аннотация.** Предлагаемая статья посвящена анализу обеспечения конкурентоспособности предпринимательской структуры на основе стратегии развития. В статье дано понятие конкурентоспособности, рассмотрены уровни конкурентоспособности предпринимательской структуры, ее основные проблемы. В процессе работы над статьей выявлено, что уровень активности отечественного бизнеса в сфере нетехнологических инноваций невысок, что обуславливает меньшую конкурентоспособность отечественных предприятий по сравнению со многими зарубежными. Дано понятие стратегии развития. Указано, что улучшение конкурентных позиций и повышение конкурентоспособности должно являться одной из целей стратегии развития. Рассмотрены стратегии конкуренции, базирующиеся на различных конкурентных преимуществах, выявлены их недостатки, в числе которых и то, что, согласно разработанным классификациям, компании по своей экономической природе сугубо конкуренты и не нацелены на сотрудничество. Однако глобальная гиперконкуренция порождает идею объединения усилий предпринимательских структур с целью завоевания рынка.*

***Ключевые слова:** конкурентоспособность, уровни конкурентоспособности предпринимательской структуры, проблемы предпринимательских структур, нетехнологические инновации, стратегия развития, объединение усилий, стратегии конкуренции.*

Ensuring the competitiveness of business structure based on the strategy of development in modern conditions

***The summary.** The present article is devoted to analysis of the competitiveness of business structure based on a development strategy. This article gives us the definition of competitiveness and in this article the author examines the levels of competitiveness of business structure, key problems of business structures. It is indicated that the level of domestic business activity in the field of non-technological innovations is rather low that is the reason of low competitiveness*

of domestic enterprises in comparison with foreign countries. The definition of development strategy is given. It is indicated that improvement of competitive positions and increase of competitiveness must be one of the objectives of development strategy. There are examined the strategies of competitiveness based on different competitive advantages as well as their disadvantages including the fact that in accordance with the developed classifications the companies by their economic nature are strictly competitive and not targeted on cooperation. However the global hypercompetition generates the idea of uniting the efforts of business structures on joint market penetration.

Keywords: competitiveness, the levels of competitiveness of business structure, the problems of business structures, non-technological innovations, development strategy, coalitions, competitive strategy.

В рыночной экономике понятие конкурентоспособности является базовым для любого предприятия и должно рассматриваться на уровне предпринимательской структуры, уровне производства и уровне продукции (рис.1).



Рис. 1. Уровни конкурентоспособности предпринимательской структуры

Конкурентоспособность продукции (товаров, услуг) есть способность продукции (товара, услуги) противостоять на рынке другому товару того же или аналогичного назначения по совокупности его (товара) стоимостных и качественных характеристик, направленных на удовлетворение определенных потребностей покупателя ¹.

¹ Портер М.Е. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.

Под конкурентоспособностью предпринимательской структуры предлагается понимать способность комплексно удовлетворять и удерживать имеющихся корпоративных и частных клиентов, а так же завоевывать предпочтения новых за счет введения новых видов товаров и услуг, а также дополнительного охвата рынков сбыта².

Выделяют три подхода к определению конкурентоспособности организации (рис. 2).



Рис. 2. Понятие конкурентоспособности

Проведенный агентством «INFOлайн» опрос предпринимателей в различных регионах России показал, что сегодня основными проблемами предпринимательских структур являются: проблемы управления, снижения спроса, нехватка финансовых средств, высокий уровень затрат и т. д.

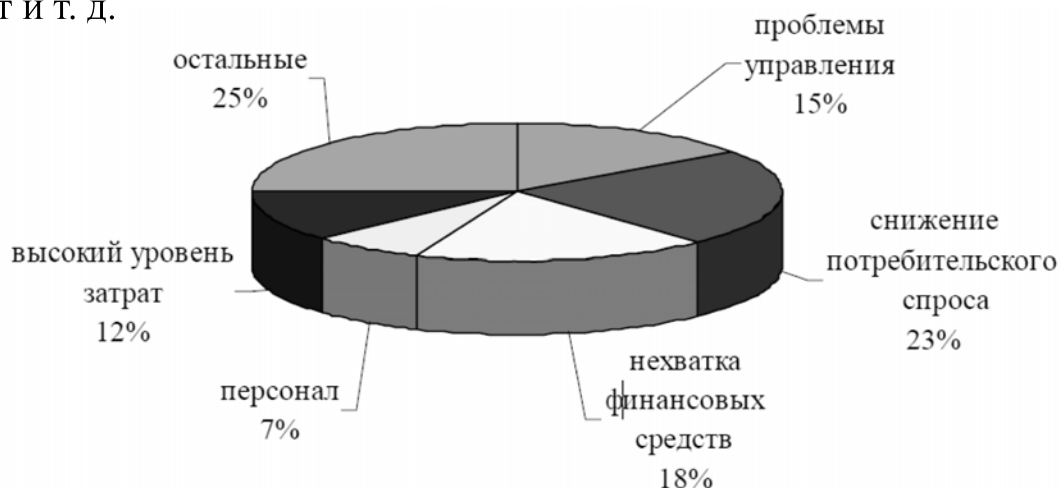


Рис. 3. Основные проблемы предпринимательских структур

² Конкурентоспособность предприятия: учеб. пособие / Л.Н. Чайникова, В.Н. Чайников. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007.

Представляется, что проблемы современных предприятий в России связаны также с отставанием нетехнологических инноваций (в т.ч. инноваций в области стратегического управления), что обуславливает меньшую конкурентоспособность отечественных предприятий по сравнению со многими зарубежными. Уровень активности отечественного бизнеса в сфере нетехнологических инноваций невысок и в среднем имеет место на 5,8% предприятий промышленного производства. Россия отстает от европейских стран (рис. 4) ³.

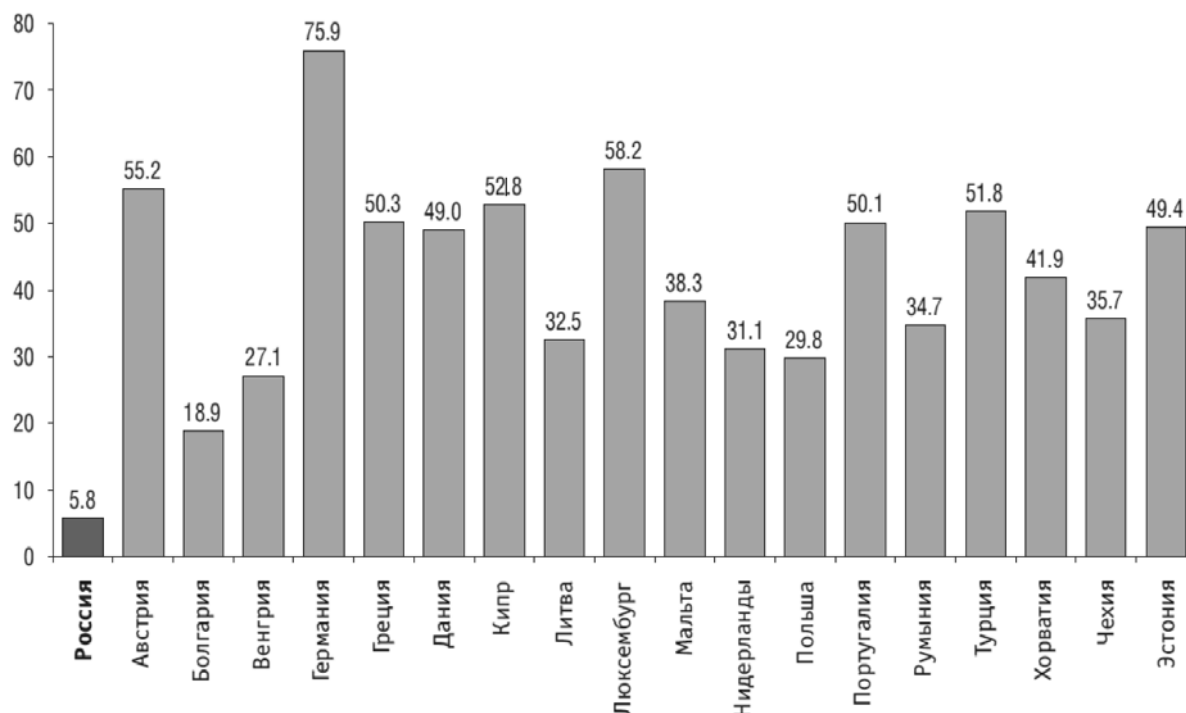


Рис. 4. Удельный вес организаций, осуществляющих нетехнологические инновации, в общем числе организаций промышленного производства по странам, 2010 г.

Стратегия развития компании — это обязательное условие для достижения ею долгосрочных целей, сформулированных при создании бизнеса ⁴.

Стратегия развития направлена не только вовне компании, но и помогает решить многие вопросы внутреннего управления бизнесом. В их числе:

- формирование иерархии целей для подразделений компании;

³ Российский инновационный индекс / Под ред. Л.М. Гохберга. М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2011. С. 12.

⁴ Анисова Н.А. Стратегия развития предприятия. Основы методологии, опыт, практические расчеты / Н. А. Анисова. Екатеринбург: Средне-Уральское книжное издательство, 2008.

- разработка оптимальной структуры управления компанией;
- ведение продуманной и обоснованной кадровой политики;
- поддержание оптимального товарного ассортимента;
- ввод и вывод новых товаров и услуг;
- улучшение конкурентных позиций.

Стратегия развития — это инструмент для ежедневной эффективной работы бизнеса, по этой причине следование стратегическим целям в рамках разработанной стратегии развития позволяет достичь конкурентного преимущества, как одной из целей стратегии развития.⁵

Различают несколько стратегий построения конкурентоспособности предприятий в зависимости от применяемых факторов (рис. 5).

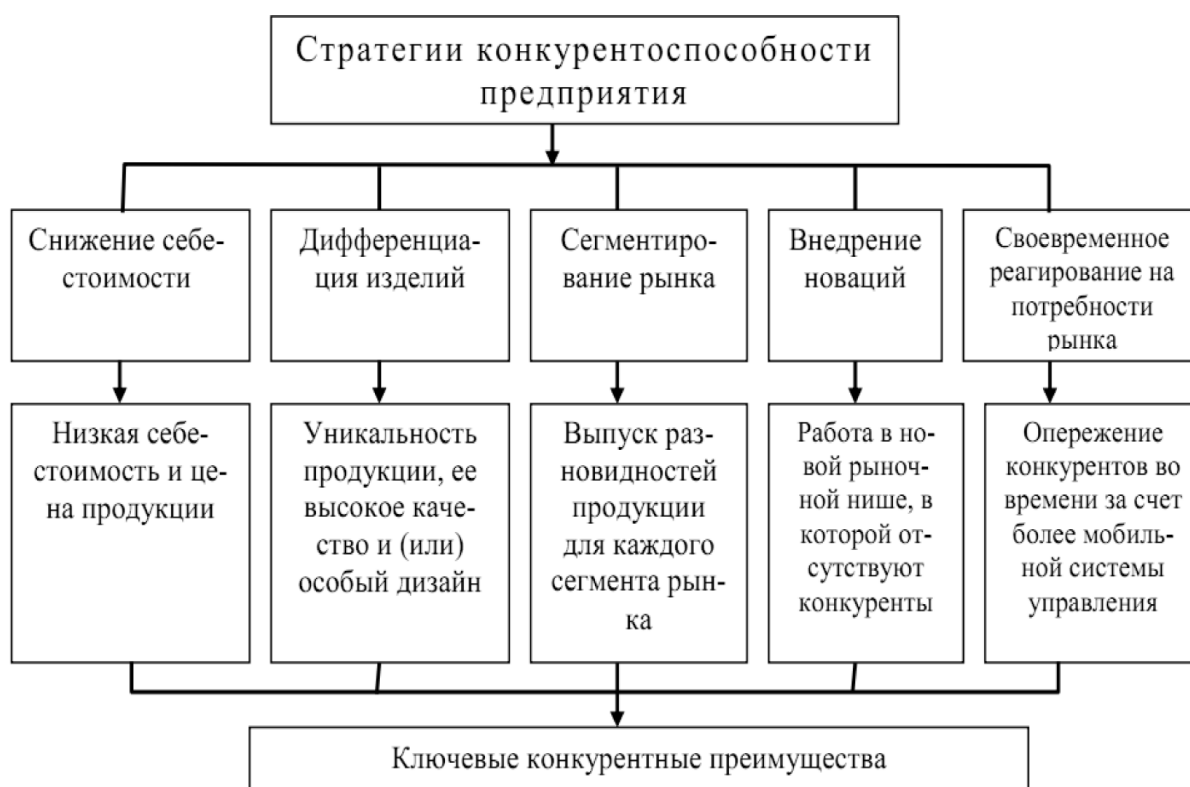


Рис. 5. Стратегии конкуренции, базирующиеся на различных конкурентных преимуществах

Основным недостатком существующих стратегий конкурентоспособности предпринимательских структур можно считать изначальное предположение, что компании по своей экономической природе сугубо конкуренты и не нацелены на сотрудничество. Появление нового

⁵ Томпсон А. А. Стратегический менеджмент: Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд; Пер. с англ. под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 1998.

типа конкуренции (глобальной гиперконкуренции) диктует участникам рынка необходимость поиска новых форм эффективного функционирования, адаптированных к условиям агрессивной глобальной конкурентной борьбы.

Стремление предпринимательских структур в условиях глобализации сохранить и повысить свою конкурентоспособность на одном рынке с транснациональными компаниями порождает идею объединения усилий. Через объединение усилий и реализацию совместных проектов компании обретают финансовую мощь и выходят на новый уровень развития, не теряя своей самостоятельности.

Литература

1. Анисова Н.А. Стратегия развития предприятия. Основы методологии, опыт, практические расчеты / Н. А. Анисова. Екатеринбург: Средне-Уральское книжное издательство, 2008.
2. Конкурентоспособность предприятия: учеб. пособие / Л.Н. Чайникова, В.Н. Чайников. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007.
3. Портер М.Е. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
4. Российский инновационный индекс / Под ред. Л.М. Гохберга. М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2011.
5. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент: Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд; Пер. с англ. под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 2006.