

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ВЭД

Горбань В.В.,

обучающийся бакалавриата

*Научный руководитель: Беленцов В.Н., д-р экон. наук, профессор,
профессор кафедры менеджмента в производственной сфере*

*ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

Постановка проблемы в общем виде. В настоящее время трансформация производственных отношений, организационно-хозяйственные преобразования и изменения в экономико-социальной сфере Донецкой Народной Республики существенно влияют на результаты деятельности предприятий при выходе на внешние рынки. Поэтому особенно важное значение имеет адаптация хозяйствующих субъектов к постоянно меняющейся внешней среде, что предусматривает применение новых научно-обоснованных методических подходов к принятию и реализации эффективных управленческих решений, направленных на проведение стратегических изменений в производственной, маркетинговой, финансовой и другой деятельности предприятий, повышение их конкурентоспособности, обеспечение создания конкурентных преимуществ в условиях нестабильности рынка, усиления конкурентного давления, экономической блокады, непризнанности со стороны зарубежных стран.

Цель исследования – выявить перспективы применения инструментов стратегического менеджмента в управлении конкурентоспособностью предприятия-субъекта ВЭД.

Изложение материалов основного исследования. Исследования показывают, что в значительной степени результаты функционирования предприятия зависят от комплексной разработки системы стратегического

управления конкурентоспособностью, достижения и реализации его конкурентных преимуществ. Таким образом, применение инструментов стратегического управления конкурентоспособностью является жизненно важной и необходимой составляющей частью общей системы стратегического управления развитием предприятий.

Анализ научных трудов выдающихся зарубежных специалистов в области стратегического управления конкурентоспособностью предприятия М. Портера, Ф. Котлера, А. Томпсона, А. Стрикленда и др. подтверждает данный тезис. Кроме того, проблема формирования стратегии управления конкурентоспособностью предприятия – не только актуальна с точки зрения срочности ее решения, но является достаточно новой в части существующих теоретических наработок и предложенных научных концепций таких зарубежных ученых-практиков как Г.Азоев, А. Виханский, Г. Гольдштейн, Р. Фатхутдинов и др., которые представляют ценность для формирования, реализации и совершенствования стратегии управления конкурентоспособностью предприятия.

Сегодня в Донецкой Народной Республике активно происходят процессы формирования рынка, особенно в части его определяющей движущей составляющей – конкурентной среды. Это, в свою очередь, ставит перед отечественными предприятиями вопрос о создании адекватных рыночным требованиям правил, методик, механизмов, инструментов стратегического планирования и управления воспроизводственных процессов в сфере производства товаров, выполнения работ и оказания услуг. Однако, создание эффективной концептуальной модели формирования и реализации конкурентной стратегии предприятия возможно при условии его адаптации к практической деятельности.

Поскольку современные тенденции направлены на признание мирового рынка цивилизационной ценностью, то благосостояние государства зависит от того, как будет развиваться народное хозяйство и производство, смогут ли предприятия и предприниматели приспособиться к новым условиям

хозяйствования и развитию в рыночной экономической системе. Следовательно, эти задачи являются одним из основных первоочередных элементов создания, существования и развития предприятия в условиях конкурентной среды, которая формируется и развивается на территории Республики. При этом, освоение зарубежного рынка требует от предприятий значительных знаний ВЭД, так как выход на зарубежный рынок предполагает необходимость проведения маркетинговых исследований.

Это обусловлено тем, что предприятие, во-первых, должно четко осознавать необходимость освоения рыночного пространства за пределами внутреннего рынка; во-вторых, правильно оценивать собственные возможности; в-третьих, воспринимать зарубежный рынок как нишу, наиболее подходящую для осуществления операций на нем. Каждое из перечисленных условий предусматривает оценивание совокупности факторов, которые влияют, как на выбор зарубежного рынка и способов выхода на него, так и стратегии поведения на данном рынке.

В настоящее время четко продуманная и разработанная стратегия конкуренции на практике является большой редкостью для предприятий Донецкого региона. Основной причиной этого является то, что предприятия внешние угрозы воспринимают как факт, которого нельзя избежать. Но наряду с этим, игнорируются и внешние возможности, которые могли бы вывести предприятие на качественно новый уровень развития или дать возможность достичь стратегических целей. Таким образом, основным назначением стратегии конкуренции является выявление взаимосвязи между внутренней средой предприятия и его внешним окружением.

Выбор стратегии предполагает не только разработку и исследования вероятности развития тех или иных альтернативных событий на предприятии, но и выбор наиболее выгодного направления развития из всех вероятных для его реализации. Процесс реализации стратегии состоит из последовательных и логически взаимосвязанных действий, а именно составление соответствующих

программ, процедур, принятия бюджетов, адаптацию которых можно считать среднесрочной перспективой для предприятия.

Существует определенный базовый алгоритм процесса разработки стратегии конкурентной борьбы, может быть применен к фирмам любого размера. Он включает в себя следующие этапы:

- 1) анализ внешней окружающей среды;
- 2) детальное исследование внутренней среды;
- 3) определение компанией стратегической конкурентной цели;
- 4) постановка задач;
- 5) анализ стратегических альтернатив;
- 6) выбор стратегии;
- 7) реализация стратегических решений.

Каждый этап имеет свои особенности по методике и процедуре применяемых в процессе реализации. Также важным требованием в данном процессе является разработка и реализация стратегии конкуренции для каждой зоны хозяйствования предприятия. Целью подобного анализа является определение для предприятия привлекательности отрасли и отдельных товарных рынков внутри этой отрасли. Такое исследование позволяет понять структуру и динамику выбранной отрасли, определить для нее внешние возможности и угрозы, а также факторы успеха, которые позволят эффективно осуществлять стратегию поведения предприятия на рынке.

Таким образом, формирование и реализация стратегии конкурентной борьбы является сложным и динамичным управленческим процессом и состоит из нескольких ключевых общих этапов. Стоит также отметить, что особое место в данном процессе является обеспечение выполнения планов и указаний, а также осуществление контроля над ходом реализации альтернативной стратегии.