

УДК 338.45.01

ПОНЯТИЕ ОТРАСЛЕВОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ЕЕ ПОВЫШЕНИЕМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА

Бадрахан А.И., Шурдумова Э.Г.

*ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный университет им Х.М. Бербекова»,
Нальчик, e-mail: A_Nagoev@mail.ru*

Современное состояние российской экономики характеризуется непрекращающимся спадом объемов производства и диспропорциями в развитии промышленности. Основное внимание по-прежнему уделяется топливно-сырьевым факторам и в гораздо меньшей степени – машиностроению, которое находится по-прежнему в непростых условиях. Между тем машины, оборудование, приборы, транспортные средства и другие виды продукции машиностроения – это не только наиболее законченный вид готовых изделий, но и тот товар, который характеризует научно-технический потенциал и уровень промышленного развития производящей его страны. Для преодоления имеющегося отставания, как показывает зарубежный опыт, требуется разработка не отдельных мероприятий по выводу отрасли из кризиса, а научно проработанная долгосрочная стратегия развития машиностроительного комплекса на федеральном и региональных уровнях, обеспечивающая завоевание определенных рынков конкретных видов продукции на твердых позициях. Это, в свою очередь, предполагает разработку соответствующего инструментария для анализа факторов, определения реального положения и оценки конкурентоспособности предприятий машиностроения на рынке. В настоящее время экономическое положение машиностроительного комплекса представляется довольно тяжелым. Основные проблемы российского машиностроения характеризуются сильной изношенностью основных фондов, длительностью, зачастую неопределенной, периода окупаемости инвестиционных ресурсов, неуклонным старением и ухудшением качественного состава инженерных и производственных кадров, их низкой квалификацией. Решение этих и других проблем будет способствовать повышению уровня конкурентоспособности предприятий отраслей промышленности, в том числе и машиностроения.

Ключевые слова: промышленность, машиностроение, стратегия развития, конкурентоспособность

CONCEPT OF BRANCH COMPETITIVENESS AND THE PRINCIPLES OF MANAGEMENT OF HER INCREASE AT THE ENTERPRISES OF THE MACHINE-BUILDING COMPLEX

Badrakhan A.I., Shurdumova E.G.

*Kabardino-Balkarian State University him Kh.M. Berbekov,
Nalchik, e-mail: A_Nagoev@mail.ru*

The current state of the Russian economy is characterized by continuous recession of outputs and disproportions in development of the industry. The main attention is still paid to fuel and raw factors and in much smaller degree – to the mechanical engineering worrying which is still in difficult conditions. Meanwhile, cars, the equipment, devices, vehicles and other types of production of mechanical engineering are not only most finished type of finished products, but also those goods which characterizes the scientific and technical potential and level of industrial development of the country making it. Overcoming of the available lag as shows foreign experience, requires development not of separate actions for a conclusion of branch from crisis, and scientifically worked long-term strategy of development of a machine-building complex on federal and regional levels, providing a gain of certain markets of concrete types of production on firm positions. It, in turn, assumes development of the corresponding tools for the analysis of factors, definitions of the real situation and an assessment of competitiveness of the enterprises of mechanical engineering in the market. Now the economic situation of a machine-building complex is represented quite heavy. The main problems of the Russian mechanical engineering are characterized by strong wear of fixed assets, duration, often uncertain, the period of payback of investment resources, steady aging and deterioration in qualitative structure of engineering and production shots, their low qualification. The solution of these and other problems, will promote increase of level of competitiveness of the enterprises of industries including mechanical engineering.

Keywords: industry, mechanical engineering, development strategy, competitiveness

Изначально конкуренция возникла в условиях простого товарного производства. Практически каждый производитель в процессе конкуренции стремился создать для себя наиболее выгодные условия производства и реализации произведенной продукции в ущерб остальным участникам рыночного обмена. По мере усиления зависимости мелких товаропроизводителей от рынка и ры-

ночных колебаний цен на производимые ими товары и обостряется конкурентная борьба [5, 6]. Появляется возможность укрепления хозяйства, применения наемных работников, эксплуатации их труда, возникает капиталистическая конкуренция. В современных условиях конкуренция также выступает как важное средство развития производства и существует в различных формах.

Такая характеристика, как конкурентоспособность, до недавнего времени являлась категорией, мало разработанной отечественной экономической наукой. Это во многом связано с тем, что в определенной степени такому осмыслению мешают и кажущаяся очевидность содержания категории конкурентоспособности, и ее близость к категории эффективности (их нередко рассматривают в качестве однопорядковых), хотя первая, основываясь на последней, включает в себе более сложные взаимосвязи отдельных характеристик анализируемых объектов [1]. В настоящее время в ряде источников понятие конкурентоспособности активно используется в анализе теоретической и практической проблематики. При этом в ряде случаев такой анализ представляет значительную ценность применительно к предметной области, рассматриваемой в данной работе [3, 4].

В обобщенном виде термин «конкурентоспособность» определяется как состязательные, сопернические отношения между двумя или несколькими экономическими субъектами хозяйственной деятельности, проявляющиеся в виде стремления каждого из них обойти других в достижении единой цели, получить более высокий результат [2].

В обобщенном виде определения понятия «конкурентоспособность» можно представить в табличной форме (таблица).

Из данного перечня определений понятия «конкурентоспособность» можно сделать вывод, что оно включает три основные составляющие. Первая жестко связана с продуктом как таковым и в значительной мере сводится к качеству. Вторая связана как с экономикой создания сбыта и сервиса товара, так и с экономическими возможностями и ограничениями потребителя. Наконец, третья отражает все то, что может быть приятно или неприятно потребителю продукции.

Обобщенная характеристика понятия «конкурентоспособность» в трактовке разных авторов

Калашникова Л.М.	Конкурентоспособность предприятия – комплексное понятие, которое обусловлено системой и качеством управления, качеством продукции, широтой и глубиной ассортимента, востребованного обществом или отдельными его членами, стабильным финансовым состоянием, способностью к инновациям, эффективным использованием ресурсов, целенаправленной работой с персоналом, уровнем системы товародвижения и сервиса, имиджем фирмы
Селезнев А.	Конкурентоспособность – это обусловленное экономическими, социальными, политическими факторами положение товаропроизводителя на внутреннем и внешнем рынках, отражаемое через показатели (индикаторы), адекватно характеризующие такое состояние и его динамику
Старовойтов М.К., Фомин Б.Ф.	Конкурентоспособность как «уровень предприятия», который является общей мерой интереса и доверия к услугам предприятия на фондовом, финансовом и трудовом рынках. В числе главных определяющих факторов этой меры выступают стоимость предприятия, техническая оснащенность рабочих мест, реализуемая концепция управления, управленческие технологии, организационная система, человеческий капитал, стратегический маркетинг, техническая, инвестиционная и инновационная политика
Фатхудинов Р.А.	Конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке
Иванов Е.А.	Конкурентоспособность предприятия – это необходимое условие обеспечения производства конкурентоспособной продукции, что является в современных условиях важным направлением деятельности предприятия, ориентированного на завоевание как внутреннего, так и внешнего рынка путем создания продукции, отвечающей требованиям потребителей и мировым стандартам в конкретных сегментах рынка в определенный период времени
Мазилкина Е.И., Паничкина Т.Г.	Конкурентоспособность – относительная характеристика, отражающая степень отличия развития данной организации от конкурентов по степени удовлетворения своими товарами потребностей людей, а также возможности и динамику приспособления организации к условиям рыночной конкуренции
Светуных С.	Конкурентоспособность – это свойство объекта, имеющего определенную долю соответствующего рынка, которое характеризует степень соответствия технико-функциональных, экономических, организационных и других характеристик объекта требованиям потребителей, определяет долю рынка, принадлежащую данному объекту, и препятствует перераспределению этого рынка в пользу других объектов

Источники: составлено автором на основе проведенных исследований.

Также можно определить, что основными характеристиками конкурентоспособности продукции являются: конкретные требования потенциальных потребителей к предложенному на рынке товару; возможные размеры и динамика спроса на продукцию; ожидаемый уровень конкуренции на рынке соответствующих товаров; срок окупаемости совокупных расходов, связанных с проектированием и продвижением на рынок нового товара; наиболее перспективные рынки для соответствующего товара и этапы закрепления на них.

Автор считает, что невозможно дать некое унифицированное определение понятию конкурентоспособность. Можно лишь обозначить основные критерии, которые останутся неизменными и будут братья за основу при определении конкурентного положения того или иного хозяйствующего субъекта, в зависимости от сферы деятельности, и сферы приложения данного понятия, как показано в таблице.

Мы исходим из того, что понятие конкурентоспособность будет дополняться и наполняться различными характеристиками в зависимости не только от сферы приложения, но также с учетом находящихся в постоянной динамике внешних и внутренних факторов, каких-либо ограничений, которые в том числе могут быть искусственно наложены на субъект рынка. И с учетом этого дано авторское определение понятию конкурентоспособность, которое дополняет существующие, но в котором учтены внешние ограничения, а также изменяющиеся внешние условия.

И способность предприятий оставаться конкурентоспособными именно при этих условиях является той основой, которая будет отличать данный субъект от других участников рынка. Именно способность при наступлении кризисных условий, без какого-либо временного лага, одномоментно удерживать свои позиции в отрасли или на рынке на одном и том же уровне является условием обеспечения конкурентоспособности и живучести.

Таким образом, с учетом вышеприведенных замечаний было сформулировано следующее определение: конкурентоспособность предприятия – количественное и качественное превосходство на определенных сегментах рынка над его другими участниками в данный период времени, достигнутое без ущерба внешней среде, определяемое совокупностью требований рынка к продукции, обеспечивающее получение определенной нормы прибыли, а также характеризующее способность предприятия в случае наступления кризисных явлений,

без какого-либо временного лага, одномоментно удерживать свои рыночные позиции в отрасли или на рынке, на том же уровне или выше уровня основных конкурентов, определенный период времени.

В современных условиях конкурентной борьбы на рынке положительного эффекта отдельного предприятия недостаточно, чтобы обеспечить конкурентоспособность всей отрасли и, как следствие этого, всего национального хозяйства. Предприятие с не имеющей аналогов технологией производства может совершить рывок, но долго при этом удерживать конкурентные позиции продолжительное время возможно, имея только надежных поставщиков и сильных конкурентов. Положение предприятий в отрасли определяет их конкурентные позиции, которые можно классифицировать по двум основным направлениям: более низкие издержки и дифференциация товаров.

Разработка системы управления конкурентоспособностью машиностроительного предприятия в рамках стратегического планирования, созданной на основе и с соблюдением указанных принципов, позволяет создать действующий механизм, обеспечивающий слаженную последовательность действий всех элементов процесса. Положительный эффект от внедрения системы стратегического планирования для управления конкурентоспособностью предприятия зависит от множества факторов, основными из которых являются финансовое состояние предприятия и его структурная организация. Для обеспечения выполнения поставленных целей с помощью механизма управления конкурентоспособностью предприятия необходимо задействовать все виды ресурсов предприятия: технические, трудовые и финансовые. Кроме того, необходимо обеспечить возможность влияния решений, принимаемых в ходе осуществления процесса управления конкурентоспособностью машиностроительного предприятия, на организацию финансовых потоков предприятия, с целью обеспечения их прямой направленности на достижение конкурентных преимуществ.

Для эффективного функционирования механизма системного управления конкурентоспособностью предприятия достижение поставленной цели должно осуществляться на основе соблюдения ряда принципов.

Принцип комплексности – управление конкурентоспособностью предприятия не может быть сфокусировано на воздействии исключительно на одно подразделение, вид продукции или деятельности предприятия, необходимо внедрение принятых управленческих решений во все сферы деятельности.

Принцип непрерывности – обусловлен недостаточной эффективностью периодического применения разработанных решений, процесс анализа конкурентоспособности предприятия, включающий также изменение условий рынка и поведение конкурентов, должен проводиться регулярно, чтобы создать возможность на основе получаемых актуальных данных корректировать существующие планы по повышению конкурентоспособности предприятия.

Принцип конструктивности – заключается в необходимости формулирования целей управления исходя из возможностей предприятия в данном периоде и с учетом предполагаемых изменений внутренней или внешней среды предприятия.

Принцип оптимальности – отражает необходимость сбалансированной оценки финансовых, производственных и организационных возможностей предприятия для выбора наилучшей стратегии в конкретном периоде.

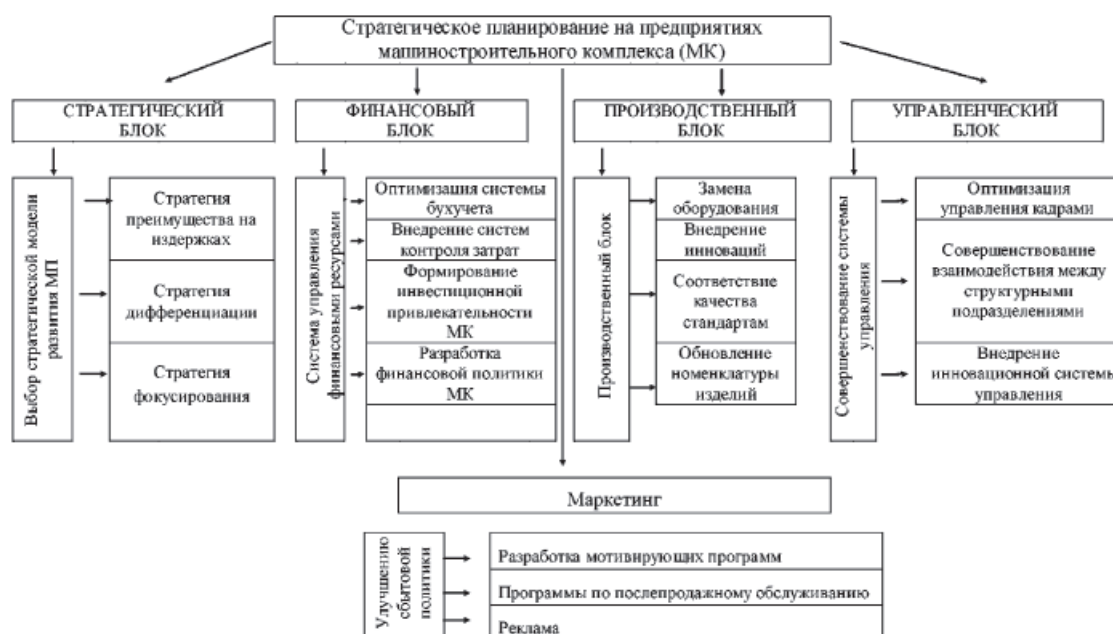
Принцип информированности – заключается в предоставлении максимально подробной информации о текущем состоянии предприятия всем участникам процесса стратегического управления конкурентоспособностью, а также доведение информации о целях и планах предприятия до всех сотрудников для формирования у них ответственного подхода к участию в деятельности предприятия.

Принцип диверсификации стратегий – отражает возможность оперативного

применения альтернативной стратегии управления предприятием в случае недостаточной эффективности принятой ранее стратегии.

Предлагается авторское определение стратегического планирования деятельности машиностроительных предприятий как конструктивно-программного способа управления, обеспечивающего согласование целей и возможностей предприятия с интересами всех заинтересованных в его деятельности сторон с целью прогнозирования сценариев роста его конкурентоспособности. С учетом представленных принципов функционирования системы управления конкурентоспособностью машиностроительного предприятия нами предлагается совокупность элементов стратегического планирования на предприятиях машиностроительного комплекса, представляющая собой ряд элементов, обеспечивающих многостороннее управление факторами, оказывающими непосредственное влияние на конкурентоспособность машиностроительного предприятия.

Структура данной совокупности элементов стратегического планирования на машиностроительном предприятии обусловлена необходимостью целостного использования всех имеющихся у предприятия ресурсов для реализации решений в области повышения конкурентоспособности предприятия и включает следующие блоки: стратегический, финансовый,



Структурные составляющие стратегического планирования на машиностроительном предприятии (разработано автором)

производственный, сбытовой и управленческий. Каждый из них является целостной системой, направленной на обеспечение конкурентных преимуществ предприятия в отдельной области деятельности, совокупность же их формирует комплексную конкурентоспособность предприятия.

Однако предложенная система благодаря своей структуризации позволяет определить наиболее важные направления для осуществления мероприятий по повышению конкурентоспособности, а направленность функционирования отдельных блоков на достижение единой цели позволяет достичь конкурентоспособности предприятия в целом счет концентраций усилий отдельных подразделений.

Установлено, что исходя из совокупности элементов стратегического планирования на предприятиях машиностроительного комплекса видно что стратегическое планирование охватывает весь спектр деятельности предприятия. При этом акцент на конкретном блоке может варьироваться в зависимости от целей и задач предприятия в рамках стратегического планирования, а оценка эффективности принятой стратегии может быть затруднена вследствие значительной вариативности объектов, подвергающихся влиянию стратегического планирования.

Список литературы

1. Ацканов Р.Р., Нагоев З.В., Нагоев А.Б. Экологическое развитие регионов как основа реализации государственной политики в сфере природопользования // Биоэкономика и экобиополитика. – 2015. – № 1 (1). – С. 23–28.
2. Кильчук З.Х., Нагоев А.Б. Современное состояние машиностроительного комплекса в Кабардино-Балкар-

ской республике // Успехи современного естествознания. – 2015. – № 1–4. – С. 673–678.

3. Нагоев А.Б. Социальная ориентация регионального воспроизводства как основа конкурентоспособности // Современные проблемы науки и образования. – 2010. – № 2. – С. 137–144.

4. Нагоев А.Б. Депрессия и кризис в региональном развитии // Финансы и кредит. – 2009. – № 48 (384). – С. 35–40.

5. Нагоев А.Б. Многомерность проблем регионального развития Северного Кавказа // Финансы и кредит. – 2009. – № 47 (383). – С. 37–41.

6. Тарасов А.Н., Нагоев А.Б. Особенности повышения роли региональной экономической политики // Экономический анализ: теория и практика. – 2009. – № 36. – С. 71–75.

7. Шадуева Э.Ч., Нагоев А.Б. Разработка и внедрение системы антикризисного управления промышленным предприятием на основе кластерного подхода // Экономические науки. – 2012. – № 97. – С. 23–27.

References

1. Acanov R.R., Nagoev Z.V., Nagoev A.B. Jekologicheskoe razvitie regionov kak osnova realizacii gosudarstvennoj politiki v sfere prirodopolzovanija // Biojekonomika i jekobipolitika. 2015. no. 1 (1). pp. 23–28.
2. Kilchukov Z.H., Nagoev A.B. Sovremennoe sostojanie mashinostroitelnogo kompleksa v Kabardino-Balkarskoj respublike // Uspeshi sovremennogo estestvoznaniya. 2015. no. 1–4. pp. 673–678.
3. Nagoev A.B. Socialna orientacija regionalnogo vosproizvodstva kak osnova konkurentosposobnosti // Sovremennye problemy nauki i obrazovanija. 2010. no. 2. pp. 137–144.
4. Nagoev A.B. Depressija i krizis v regionalnom razvitii // Finansy i kredit. 2009. no. 48 (384). pp. 35–40.
5. Nagoev A.B. Mnogomernost problem regionalnogo razvitija Severnogo Kavkaza // Finansy i kredit. 2009. no. 47 (383). pp. 37–41.
6. Tarasov A.N., Nagoev A.B. Osobennosti povyshenija roli regionalnoj jekonomicheskoy politiki // Jekonomicheskij analiz: teorija i praktika. 2009. no. 36. pp. 71–75.
7. Shadueva Je.Ch., Nagoev A.B. Razrabotka i vnedrenie sistemy antikrizisnogo upravljenija promyshlennym predpriyatiem na osnove klasternogo podhoda // Jekonomicheskie nauki. 2012. no. 97. pp. 23–27.