

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

О.С. Аврамова, магистрант

Научный руководитель: Г.С. Ферару, д-р экон. наук, профессор

**Белгородский государственный национальный исследовательский университет
(Россия, г. Белгород)**

***Аннотация.** Статья посвящена рассмотрению значения стратегии как фактора повышения конкурентоспособности предприятия. Кроме того, доказана необходимость формирования стратегии с нынешних условиях постоянных изменений внешней среды. Определены сложности основных процессов, связанных с реализацией стратегии повышения конкурентоспособности предприятия.*

***Ключевые слова:** стратегия, конкурентоспособность, конкурентоспособная стратегия, эффективность, внешняя среда организации.*

На сегодняшний день, в случае отсутствия разработанной стратегии повышения конкурентоспособности у предприятий возникают сложности практически на каждом шагу. Тот темп изменений в современных условиях, который мы наблюдаем, объясняет актуальность стратегического планирования основных направлений повышения конкурентоспособности для прогнозирования проблем в будущем и определения возможностей предприятий. Отсюда возникает высокая потребность предприятий либо организаций той или иной формы собственности в разработке основных направлений повышения конкурентоспособности.

Главным условием повышения конкурентоспособности предприятий является формирование стратегии их развития. Как принято понимать, стратегия – это некий образ организационных действий и подходов по управлению, которые используются для достижения задач и целей предприятий по повышению конкурентоспособности [5].

Что означает формирование стратегии предприятия? Подразумевается определение, а также обоснование общих направлений развития в целях достижения долгосрочных конкурентных преимуществ и иных целей. Чаще всего план стратегии носит долговременный характер, ориентируясь на будущее и осуществляя процесс реализации по этапам.

Приоритетная задача плана такого рода заключается в обеспечении нововведений, а также изменений на предприятиях, опираясь на постоянные перемены, происходящие в окружающей среде. Но мы должны понимать, что стратегия – это не только запланированные действия, но и реакция на непредвиденные ситуации [2].

Необходимость наличия стратегии объясняется непредсказуемостью будущего состояния, так как полной определенности о будущем предприятия нет. Нынешний темп изменений, происходящих во внешней среде настолько велик, что разработка четкой стратегии является единственным способом прогнозирования, как будущих проблем, так и возможностей. Выбор стратегии поможет руководству предприятия предвидеть события во внешней среде и более быстро и точно отреагировать на них. По результатам исследований данного вопроса выявлено, что именно предприятия и организации, которые существуют давно, намного быстрее реагируют на изменения внешних факторов [4].

Конкурентоспособные стратегии позволят обеспечить конкурентоспособность предприятия. На сегодняшний день чаще всего используются три вида конкурентоспособных стратегий:

- стратегия низких издержек;
- стратегия дифференциации;
- стратегия узкой специализации.

Залогом успешного бизнеса является реализация конкурентной стратегии. При-

чем, эффективность стратегии определяется вовсе не разработчиками, а конечными потребителями. В ином случае, не обеспечивающая конкурентоспособность продукции стратегия принесет убытки, равные затратам на ее разработку и реализацию.

Те или иные мероприятия по разработке и реализации стратегии повышения конкурентоспособности предприятия объединены в механизм, представленный на рисунке [1].



Рисунок 1. Структура механизма обеспечения реализации стратегии организации

Условные обозначения: ОС – обеспечение стратегии; УР – управленческие решения; ПМ – принципы и методы управления; К – учет и контроль; Р – координация и регулирование.

Связанные с реализацией стратегии повышения конкурентоспособности организации процессы являются сложными по ряду причин: во-первых, это процессы инновационного характера (т.к. строят стратегию на новшествах); во-вторых, это процессы, разового характера (т.к. они индивидуальны); в-третьих, это процессы, охватывающие весь «мозговой штаб» предприятия; в-четвертых, проблемы повышения конкурентоспособности охватывают практически все аспекты функционирования бизнес-единиц. Осуществляя выбор

стратегии предприятию следует исходить из установленных стратегических целей и результатов анализа необходимых рыночных условия для ее реализации [3].

На сегодняшний день особое внимание со стороны руководства к формированию и совершенствованию стратегий все больше возрастает. Однако, редко стратегии носят комплексный характер, а это в свою очередь снижает их реализуемость и эффективность. Таким образом, для повышения конкурентоспособности организации необходимо не только определить и разработать долгосрочную стратегию, но и проработать возможность ее реализации с учетом перемен в будущем и возможных рисков, а также с учетом адекватности принимаемых стратегических решений.

Библиографический список

1. Гапоненко А.Л., Панкрухин А.П. Стратегическое управление. – М.: ОМЕГА-Л, 2012. – С.34.
2. Гармашов В.С. Стратегия обеспечения конкурентоспособности фирмы : дис. – Диссертация в виде науч. докл. на соискание ученой степени канд. экон. наук: 08.00.06. – СПб.: ЛГУ, 2015. – С. 117-118.
3. Муромцев Д.Ю. и др. Экономическая эффективность и конкурентоспособность: учеб. пособие // Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та. – 2013. – С. 66.
4. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. – Альпина Паблишер, 2015. – С. 94.
5. Фасхиев Х.А., Попова Е.В. Как изменить конкурентоспособность предприятия? // Маркетинг в России и за рубежом. – 2013. – №4. – С. 53-68.

STRATEGY FORMATION AS THE FACTOR OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

O.S. Avramova, *graduate student*

Supervisor: *G.S. Feraru, doctor of economic sciences, professor*

Belgorod state national research university

(Russia, Belgorod)

Abstract. *The article discusses the value strategy as a factor in increasing the competitiveness of enterprises. In addition, proof of the need to build a strategy from the current conditions of constant changes in the environment. Determined the complexity of the basic processes associated with the implementation of a strategy to improve the competitiveness of enterprises.*

Keywords: *strategy, competitiveness, competitive strategy, efficiency, enterprise environmental.*