

УДК 339:137:2
DOI: 10.26140/anie-2019-0802-0094

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ПРОЦЕССА СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

© 2019

Шашло Нина Владимировна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления, заведующий отделом аспирантуры и докторантуры

Люй Гуанхай, аспирант кафедры экономики и управления

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
(690014, Россия, Владивосток, улица Гоголя, 41, e-mail: 1215111712@qq.com)*

Аннотация. Теоретико-практическая значимость статьи заключается в разработке концептуальных положений процесса стратегического управления конкурентоспособностью производственно-предпринимательских структур пищевой промышленности, что, в отличие от традиционных подходов, обобщают принципы и функции этого процесса, а также интерпретируют действие составляющих механизма управления конкурентоспособностью, в частности: его методов, инструментов, рычагов и стимулов. Доказано, что ключевым звеном процесса формирования конкурентоспособности субъекта является управление ею, связанное с созданием и содержанием конкурентных преимуществ путем целенаправленного воздействия на хозяйственную деятельность предприятия. Выявлены свойства процесса управления конкурентоспособностью с точки зрения системного подхода. Предложена многофакторная классификация функций управления конкурентоспособностью производственно-предпринимательских структур по таким критериям как, этап достижения целей, этап развития системы управления, цели обеспечения конкурентоспособности и характер управленческих действий. Установлено, что управленческая деятельность реализуется с помощью механизма управления конкурентоспособностью, в частности его методов, инструментов, рычагов и стимулов. Выявлено, что системное взаимодействие компонентов механизма обобщается в стратегических направлениях обеспечения конкурентоспособности, к которым следует отнести диверсификацию, интеграцию, управление затратами, обеспечение инновационного и ускоренного развития, обоснование и внедрение маркетинговой концепции управления хозяйственной деятельностью.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкуренты, конкурентные преимущества, стратегическое управление, производственно-предпринимательские структуры, пищевая промышленность, эффективность.

CONCEPTUAL PROVISIONS OF THE STRATEGIC MANAGEMENT PROCESS OF THE COMPETITIVENESS OF MANUFACTURING AND ENTREPRENEURSHIPS OF THE FOOD INDUSTRY

© 2019

Shashlo Nina Vladimirovna, candidate of economic sciences, associate professor of the department of Economy and Management, chief of department of postgraduate and doctoral studies

Liu Guanhai, postgraduate of the department of Economy and Management,

*Vladivostok State University of Economics and Service
(690014, Russia, Vladivostok, street Gogolya, 41, e-mail: e-mail: 1215111712@qq.com)*

Abstract. Theoretical and practical significance of the article lies in the development of conceptual provisions of the process of strategic management of the competitiveness of production and business structures of the food industry, which, unlike traditional approaches, summarizes the principles and functions of this process, and also interprets the effect of the components of the competitiveness management mechanism, in particular: tools, leverage and incentives. It is proved that the key element of the process of formation of competitiveness of the subject is its management, associated with the creation and maintenance of competitive advantages through a targeted impact on the economic activity of the enterprise. The properties of the competitiveness management process from the point of view of the systems approach are revealed. A multifactor classification of the functions of managing the competitiveness of production and business structures according to such criteria as the stage of achieving the goals, the stage of development of the management system, the goals of ensuring competitiveness and the nature of management actions are proposed. It is established that managerial activity is realized with the help of the competitiveness management mechanism, in particular its methods, tools, levers and incentives. It is revealed that the systemic interaction of the components of the mechanism is summarized in the strategic directions of ensuring competitiveness, which include diversification, integration, cost management, ensuring innovative and balanced development, substantiation and implementation of the marketing concept of business management.

Keywords: competitiveness, competitors, competitive advantages, strategic management, production and business structures, food industry, efficiency.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. Повышение конкурентоспособности предприятий является важнейшей проблемой экономической науки. В неустойчивой среде функционирования производственно-предпринимательских структур пищевой промышленности возникающие угрозы требуют от субъектов своевременного реагирования с целью сохранения устойчивого положения и обеспечения конкурентоспособности. Существующая конкурентная структура рынка агропродовольственной продукции существенно сужает возможности предприятий относительно повышения конкурентоспособности и, соответственно, уровня экономической эффективности деятельности. В сложившихся условиях стратегическое управление является основой концепции конкурентоспособного развития. Поэтому разработка концепции стратегического управления конкурентоспособностью производственно-пред-

принимательских структур пищевой промышленности, направленной на обеспечение рационального ресурсопотребления, повышение капитализации субъектов, достижение высоких производственно-экономических и социально-экологических показателей развития предприятий-производителей, является актуальной научной задачей.

Анализ последних исследований и публикаций. Фундаментальной основой концепции управления конкурентоспособностью являются теоретические положения формирования конкурентоспособности предприятий, источников их возникновения и основных факторов влияния. Различным аспектам теории и практики конкурентоспособности как элемента стратегического управления посвящены работы И. Ансоффа, Дж. Блайта, П. Дойля, П. Друкера, Дж. Эванса, Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, М. Портера, К. Прахалада, А. Стрикленда, А. Томпсона и др. [1-5]. Вопросы стратегии управления

и обеспечения и повышения конкурентоспособности предприятий нашли отражение в трудах таких ученых как Г. Азоев, О. Виханский, И. Липсиц, Р. Фатхутдинов, А. Юданов и др. [6-13]. Однако проблемы обеспечения конкурентоспособности предприятий на отраслевом уровне и процесс ее стратегического управления являются недостаточно проработанными и требуют дальнейших исследований. Особенно актуальное решение данной задачи прослеживается в условиях обеспечения приоритетных национальных интересов России, в частности, обеспечения продовольственной безопасности страны и политики импортозамещения.

Цель исследования. Целью исследования является научное обоснование теоретико-методических и практических аспектов стратегического управления конкурентоспособностью производственно-предпринимательских структур пищевой промышленности и разработка предложений и рекомендаций в исследуемой области.

Изложение основного материала. Конкурентоспособность можно интерпретировать как состояние предприятия, находясь в котором оно может противостоять внешним угрозам и удовлетворять потребности потребителей лучше, чем конкуренты. Достижение такого состояния возможно путем целенаправленного воздействия на объекты, которые обеспечивают создание конкурентных преимуществ, то есть управленческого воздействия [14]. Процесс формирования конкурентоспособности предприятия состоит из двух блоков: управленческого - управление конкурентоспособностью, операционного - совокупность действий по созданию преимуществ. К особенностям управления конкурентоспособностью относятся:

- 1) наличие цели управления;
- 2) направленность действий на четко определенный объект управления (управляемую систему);
- 3) объективно-субъективная природа управления (субъект управления (управляющая система) влияет на объект управления (управляемую систему);
- 4) неотделимость управления от человека (управленца, исполнителей).

В частности, конкретизировать цели необходимо при определении управления конкретным объектом т.е. управления конкурентоспособностью. Объектом управления конкурентоспособностью являются факторы, которые ее обеспечивают (конкурентные преимущества), а управляемой системой - процесс хозяйственной деятельности, в рамках которой формируется конкурентоспособность.

Процесс управления конкурентоспособностью можно трактовать как деятельность, направленную на формирование и удержание конкурентных преимуществ путем воздействия на хозяйственную деятельность предприятия. Конкурентоспособность и эффективность является взаимообуславливающими характеристиками деятельности предприятия, и находятся во взаимосвязи «конкурентоспособность → эффективность → конкурентоспособность» [15, 16].

Если рассматривать процесс управления конкурентоспособностью с точки зрения системного подхода, то можно выделить системные свойства, характеризующие данный процесс:

- эмерджентность (формирование в системе свойств, которые не характерны для отдельных ее элементов);
- эквипотенциальность (система имеет свою структуру и одновременно является подсистемой системы более высокого уровня);
- синергизм (эффективность функционирования системы выше суммарной эффективности изолированного функционирования ее элементов);
- гомеостатичность (способность функционировать в течение длительного времени без существенного снижения эффективности).

Принципы управления и функции управления являются центральными элементами концепции управления

конкурентоспособностью [17,18]. В основу систематизации принципов управления целесообразно положить классификацию в зависимости от элемента системы управления. К таким элементам принадлежат управляемая система (хозяйственная деятельность), управляющая система (аппарат менеджмента), процесс их взаимодействия, цель (формирование конкурентоспособности предприятия). Выделим принципы управления конкурентоспособностью, касающиеся необходимости обеспечения и сохранения вышеуказанных свойств:

- объект управления - принцип сохранения системных свойств управляемой системы;
- цель управления - принцип четкости, достижения поставленной цели; принцип экономичности и эффективности, целевой активности;
- субъект управления - принцип паритета полномочий, организационной ответственности и стимулирования; принцип инициативности;
- взаимодействие объекта и субъекта управления - принцип обратной связи информационного контура; принцип многообразия управляющей системы; принцип иерархичности; принцип декомпозиции; принцип достоверности и объективности информации.

Что касается функций управления, то классическими в теории менеджмента являются функции планирования, мотивации, координации (организации) и контроля, которые в пределах управления одним объектом образуют замкнутый цикл. Такие циклы называются «спиралями управления» [38]. Управление конкурентоспособностью идентифицируется не только как совокупность функциональных действий (планирование, мотивация, организация, контроль). Распределение функций управления конкурентоспособностью предложено группировать по определенным классификационным признакам:

1. По этапам достижения целей управления конкурентоспособностью: планирование, мотивация, организация, контроль.

2. По этапам развития системы управления: планирование, имплементация, эволюция.

3. По целям обеспечения конкурентоспособности: обеспечение устойчивости достигнутых результатов, обеспечение развития предприятия, обеспечение эволюции предприятия.

4. По характеру управленческих действий: организационные, предупреждающие.

Свойством управления конкурентоспособностью является его структурное строение, анализ которого предусматривает определение механизмов достижения цели управления [19]. Механизм представляет собой внутреннее строение системы управления, взаимодействие элементов которой делает возможным достижение поставленной цели – обеспечение конкурентоспособности предприятия. По нашему мнению, составляющими механизма управления конкурентоспособностью являются:

1) возможные способы воздействия на управляемую систему (методы и инструменты управления);

2) средства воздействия на управляемую систему (рычаги);

3) средства, которые побуждают субъектов управления к действиям по достижения цели управления (стимулы).

Таким образом, механизм управления конкурентоспособностью предприятия - это система инструментов, методов, рычагов и стимулов, которые используются для формирования и удержания конкурентных преимуществ путем воздействия на хозяйственную деятельность предприятия.

Инструментами управления конкурентоспособностью являются способы воздействия на хозяйственную деятельность, которые распределены по способу создания конкурентных преимуществ [20]:

1) финансовые (распределение и перераспределение финансовых ресурсов);

- 2) экономические (распределение ресурсов для оптимизации хозяйственных процессов);
- 3) организационные (использование норм и нормативов для факторов конкурентоспособности);
- 4) технологические (внедрение инновационных продуктов и технологий).

Данные инструменты рассматриваются сквозь призму возможных способов формирования конкурентоспособности, то есть методов управления ею. Они включают предупреждающие методы (устранения или снижения вероятности того, что преимущество будет воссоздано конкурентами), методы содержания (модернизация и усиление существующих предпочтений), имитации (повторение преимуществ конкурентов), создания совершенно новых (будущих) преимуществ.

Практическая реализация методов и инструментов управления конкурентоспособностью происходит путем воздействия на систему рычагов.

Рычаги управления конкурентоспособностью - это характеристики продукции и / или предприятия, изменение которых обеспечивает повышение уровня конкурентоспособности субъекта. К ним относятся преимущества предприятия в целом (эффективность, рискованность и имидж) и преимущества отдельных видов продукции (цена, качество, доступность, информированность потребителей о ней). Функцию самовосстановления и саморегулирования механизма управления конкурентоспособностью выполняют стимулы. Они мотивируют персонал осуществлять управление конкурентоспособностью и постоянно совершенствовать этот процесс. Для максимальной отдачи от применения стимулирующих инструментов, их целесообразно классифицировать по двум критериям: в зависимости от мотивов деятельности (экономические, административные, нравственные, творческие), в зависимости от характера воздействия (мотивирующее и демотивирующее воздействие).

Концепция стратегического управления конкурентоспособностью отражена на рисунке 1.

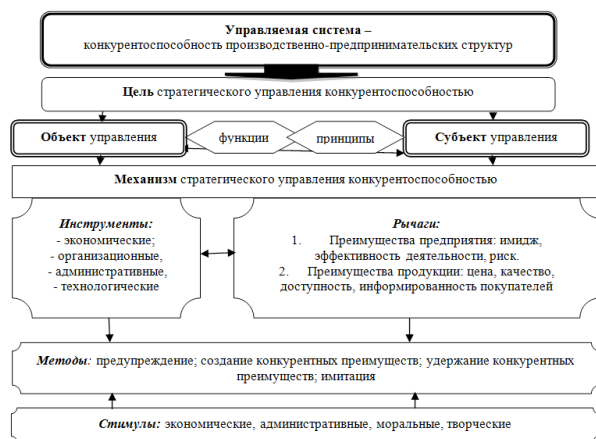


Рисунок 1 – Концептуальные положения процесса стратегического управления конкурентоспособностью производственно-предпринимательских структур пищевой промышленности

Данный рисунок отражает:

- 1) кто осуществляет управление конкурентоспособностью и с какой целью;
- 2) правила, которые необходимо соблюдать в процессе управления конкурентоспособностью;
- 3) последовательность управленческих действий;
- 4) методы и инструменты управления конкурентоспособностью предприятия.

Проведенное исследование позволило сделать вывод о том, что конкурентоспособность предприятия - это характеристика, отражающая степень реализации фактической и потенциальной способности субъекта хозяйствования к формированию, удержанию и использова-

нию устойчивых конкурентных преимуществ.

Создание и удержание конкурентных преимуществ – основа процесса управления конкурентоспособностью. Конкурентные преимущества предприятия охватывают преимущества отдельных видов продукции и созданные на основе их комбинации преимущества предприятия в целом [21]. Преимущества продукции формируются в пределах хозяйственного процесса, который включает сферы ресурсного обеспечения, производства и сбыта. Конкурентоспособность предприятия обеспечивается путем управления целенаправленного воздействия на факторы, которые прямо или косвенно влияют на нее.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Процесс управления конкурентоспособностью предприятия является основополагающим в механизме формирования конкурентоспособности, является деятельностью, направленной на создание и удержание конкурентных преимуществ путем воздействия на хозяйственную деятельность субъекта. Концептуальные положения стратегического управления конкурентоспособностью предприятия должны охватывать принципы, функции и механизмы этого процесса. Принципы управления конкурентоспособностью, как основные правила его организации, должны учитывать базовые требования к процессу целеполагания, к особенностям управляющей системы, к сохранению системных свойств объекта управления и к организации их взаимодействия. Учитывая характерные черты управленческой деятельности и особенности процесса формирования конкурентоспособности предприятия, целесообразным является многофакторная классификация функций управления конкурентоспособностью по таким критериям как этап достижения целей, этап развития системы управления, цели обеспечения конкурентоспособности и характер управленческих действий.

Механизм управления конкурентоспособностью предприятия – это система инструментов, методов, рычагов и стимулов, используемых для формирования и удержания конкурентных преимуществ. Обеспечение устойчивых конкурентных позиций предприятия должно реализоваться в рамках действия данного механизма. Инструменты механизма определены как способы воздействия на хозяйственную деятельность субъекта, разделены на финансовые, экономические, организационные и технологические. К рычагам управления конкурентоспособностью (то есть, к характеристикам, изменение которых обеспечивает повышение уровня конкурентоспособности) отнесены эффективность, рискованность и имидж, влияющие на преимущества предприятия в целом, а также цена, качество, доступность, информированность потребителей, которые определяют преимущества отдельных видов продукции.

Основными направлениями укрепления позиций предприятий на рынке должны быть диверсификация, интеграция, управление затратами, обеспечение инновационного и уравновешенного развития, обоснование и внедрение маркетинговых технологий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ansoff I. *Implanting Strategic Management*. – М., 1989. 520 p.
2. Друкер П. *Менеджмент: задачи, обязанности и практика*. – М.: Вильямс, 2008
3. Котлер Ф. *Маркетинг менеджмент*. Изд. 2-е. Москва: Питер, 2006. 464 с.
4. Ламбен Ж.-Ж. *Стратегический маркетинг*. СПб.: Наука, 1996. 589 с.
5. Портер. М. *Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов* / М. Портер: пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.
6. Азоев Г., Старостин В. *Персонализированный маркетинг // Маркетинг*. 2012. № 5. С.38.
7. Липиц И., Нецадин А., Эйкельпаш А. *Конкурентная стратегия фирм* / И. Липиц, А. Нецадин, А. Эйкельпаш // *Вопросы экономики*. 2009. № 9. С. 87.
8. Фатхутдинов Р.А. *Управление конкурентоспособностью организации*. – М.: Изд-во Эксмо, 2005.
9. Бондаренко А. И. *Управление конкурентоспособностью мясоперерабатывающих предприятий* / А. И. Бондаренко. - Уссурийск: изд-во ФГБОУ ВПО «Приморская ГСХА», 2015. - 186 с.

10. Ласкова Т.С. Практика повышения конкурентоспособности региональных предприятий: монография / Т.С. Ласкова, Е.Е. Айдаркина, Я.Г. Безгласная В.С. Шаповалов, М.Т. Эджибия.- Москва : РУСАЙНС, 2017. — 128 с.
11. Конкурентоспособность национальной экономики: вопросы теории: монография / М.Л. Альпидовская, А.М. Цикин. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2017. – 170 с.
12. Толстых Т.О., Туликина Ю.Е. Подходы к управлению конкурентоспособностью инновационного предприятия // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2017. № 4 (23). С. 210-212.
13. Колпакова М.А., О.В. Дмитриева К. Управление затратами как фактор повышения конкурентоспособности полиграфической организации: монография / М.: МГУП имени Ивана Федорова, 2015. - 206 с.
14. Кузубов А.А. Анализ системы управления конкурентоспособностью предприятий // Фундаментальные исследования. 2015. № 12-5. С. 1028-1031.
15. Шашло Н.В. Комплексный подход к обеспечению экономической безопасности предприятий // Фундаментальные исследования. 2016. № 11-3. С. 668-672.
16. Мерзликина Е.М., Кокашвили Ж.Н. Взаимосвязь категорий «доходы» и «конкурентоспособность» в управлении организацией // Медиаэкономика 21 века. 2018. № 3. С. 42-45.
17. Оценка конкурентоспособности и эффективности использования ресурсного потенциала предприятия: монография / С. Ю. Стеклова. - Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2017.-102 с.
18. Кузубов А.А. Конкурентоспособность машиностроительных предприятий как объекта стратегического управления // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. 2016. № 1 (77). С. 71-86.
19. Мнацаканян А.Г., Короткая М.В. Формирование организационно-экономического механизма управления конкурентоспособностью предприятий мясоперерабатывающей отрасли в условиях нестабильной внешней среды // Национальные интересы: приоритеты и безопасность, т. 13, вып. 8, 2017. – С. 1457–1474.
20. Шашло Н.В. Идентификация и развитие компетенций агропромышленных предприятий // В сборнике: Актуальные проблемы экономической теории и практики Сборник научных трудов. Под редакцией В.А. Сидорова. Краснодар, 2012. С. 84-90.
21. Бровко П.М., Петрук Г.В. Стратегическое управление развитием предприятий оборонно-промышленного комплекса с использованием двойных технологий ресурсного подхода // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2016. № 3 (45). С. 82-97.

Статья поступила в редакцию 20.03.2019

Статья принята к публикации 27.05.2019