

СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

УДК 339.137.22

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ

Л.В. Марабаева, И.А. Горин

Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева,
г. Саранск

В статье рассматривается понятие конкурентоспособности предприятия в контексте глобализации мировой экономики, проводится систематизация наиболее важных показателей конкурентоспособности предприятия. Определяются новые направления и механизмы промышленно-инвестиционной политики развития производительных сил на всех уровнях управления промышленностью. Анализируется роль рекламы в повышении конкурентоспособности предприятия. Приводится пример успешных предприятий агропромышленного комплекса России по управлению конкурентоспособностью и перечисляются факторы этому способствующие. Выделяются направления обеспечения высокой конкурентоспособности предприятий в условиях глобализации. Рассматриваются положительные примеры развития региональной конкурентоспособности. Авторами определяется, что обеспечение реальной конкурентоспособности предприятий требует создания адекватной информационной инфраструктуры. Одновременно с этим, выделяются факторы, которые способствуют повышению конкуренции российских компаний с зарубежными производителями, а также определяются направления, за счет которых российские предприятия могут обеспечить достаточно высокий уровень конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, глобализация, конкуренция, инвестиционная политика, производительные силы, уровень конкурентоспособности, реклама, экономическая система, качество продукции.

Деятельность любого промышленного предприятия является эффективной, когда производимый товар или оказываемая услуга находит спрос на рынке, а удовлетворение определенных потребностей покупателей, благодаря приобретению данного товара или услуги, приносит прибыль [1, с. 32]. Для того, чтобы производимый товар или

оказываемая услуга всегда имели спрос, предприятие должно быть конкурентоспособным.

Как известно, конкурентоспособность предприятия – это совокупность относительных характеристик предприятия, определяющих его реальную и потенциальную способность вести успешную конкурентную борьбу на основе использования современных инструментов и методов менеджмента на рынке конкретной отрасли для достижения поставленных целей, проявляющихся в повышении эффективности деятельности и росте стоимости предприятия [2, с.16].

В условиях глобализации социально-экономических процессов, когда конкурентами на рынке являются не только отечественные предприятия, но и ведущие мировые представители отрасли, значение и эффект верных управленческих решений и ущерб от неверных, многократно повышаются.

К решению задач повышения конкурентоспособности в условиях глобализации необходим комплексный стратегический подход. Это означает, что любое решение в указанной области должно приниматься не только с точки зрения текущих интересов, но и с учетом того, как оно отразится на достижении стратегических целей компании.

Конкурентоспособность предприятия невозможно отделить от реальных условий его деятельности, специфики рынка и т.п. Вместе с тем, как показывает практика, находящиеся сегодня примерно в одинаковых условиях промышленные предприятия по-разному решают свои производственно-управленческие задачи, связанные с обеспечением конкурентоспособности в условиях глобализации и вступления страны в ВТО. Именно поэтому, на наш взгляд, важны системные исследования содержания, факторов и возможностей сохранения и повышения конкурентоспособности промышленных предприятий в условиях глобализации.

Одни ученые под глобализацией понимают постепенно нарастающий в историческом масштабе процесс взаимодействия и взаимопроникновения различных цивилизаций, сложившихся в более или менее устойчивых территориальных границах, на базе определенных этносов. В представлении других, глобализация означает появление общих или сходных по содержанию проблем для различных регионов мира (например, экологических, продовольственных, демографических, миграционных, здравоохранительных и т.д.), а также постоянно возрастающую взаимную социально-политическую зависимость государств и возникновение обширных зон общих интересов.

Происходят глобальные изменения и в характере конкуренции. Развивается глобальная конкуренция, что способствовало формированию концепции «глобальной конкурентоспособности». В

глобальной экономической среде конкурентоспособность зависит от широкого спектра специализированных промышленных, технологических, финансовых, коммерческих, административных возможностей, сконцентрированных в различных мировых регионах.

Значимость России в мировой экономической системе, достаточно свободный доступ на наши рынки иностранных конкурентов, попытки отечественных товаропроизводителей завоевать себе место на мировых рынках также обуславливает необходимость всестороннего анализа проблем, связанных с повышением уровня их конкурентоспособности. Подтверждением являются существующие исследования конкурентоспособности отдельных секторов экономик России и ЕС и проведение их сравнительного анализа, показывающие, что большинство отраслей экономики России уступает по своей комплексной конкурентоспособности.

Мы согласны с мнением специалистов, полагающих, что обеспечение конкурентоспособности возможно при условии адекватного состояния производственного потенциала, финансово-экономической устойчивости предприятия. Важно результативно использовать производственные ресурсы, обеспечить возможность удержания старых и завоевания новых рынков сбыта. Все это является отправной точкой конкурентоспособности российского предприятия. Тогда потенциал предприятия в условиях глобализации в общем виде – это совокупная способность предприятия к эффективному участию в экономических связях внутри страны и за ее пределами, удержанию и дальнейшей рыночной экспансии своей продукции, реализации совместных кооперационных проектов, инвестиционных соглашений, совместного управления предприятием. Степень использования этого потенциала определяет во многом конкурентные позиции предприятия.

В таблице 1 представлен известный вариант систематизации наиболее важных показателей конкурентоспособности предприятия, который, по нашему мнению, является достаточно содержательным [3, с.57]. Эта система сформирована на основе анализа состояния внешнеэкономической деятельности, международной научно-производственной кооперации, маркетинговой деятельности и реализованной конкурентной стратегии многих предприятий промышленности.

Методология расчета приведенных показателей сводится к сопоставлению объектного состава со среднеотраслевыми показателями или же с аналогичными показателями фирм, имеющих наибольшие доли рынка.

Фактически же оценку реальной конкурентоспособности товаропроизводителя может дать только рынок, потребители. Потребители на основе восприятия и своего жизненного опыта, в

основном без проведения детальных предварительных расчетов принимают решения о покупке тех или иных товаров, платят за них установленную цену и тем самым автоматически дают совершенно точную оценку конкурентоспособности предприятия и его продукции.

Таблица 1 – Основные показатели конкурентоспособности предприятия в условиях глобализации

Показатели конкурентоспособности продукции	Показатели эффективности стратегии предприятия
<p><i>Характеристики качества продукции:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - степень новизны и технического опережения; - обеспеченность лицензиями на производство продукции; - эргономические характеристики продукции и ее упаковки; - показатели надежности и долговечности; - показатели сертифицированности продукции согласно мировым стандартам; - обеспеченность продукции торговой маркой и марочным названием; - обеспеченность патентами на производство продукции. 	<p><i>Характеристики маркетинговой деятельности:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - степень воплощения запросов потребителей (на основе маркетинговых исследований); - степень коммерческой самостоятельности служб маркетинга и сбыта; - гибкость и мобильность организационной структуры управления; - доля расходов в бюджете предприятия на продвижение продукции, стимулирование сбыта; - степень развернутости дилерской сети, контрактации запасов; - степень использования приемов продвижения продукции (рекламно-выставочная деятельность и т.д.).
<p><i>Показатели использования продукции предприятия:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - размер единовременных затрат на приобретение продукции; - степень соответствия требованиям экологичности (ПДК вредных веществ), безопасности при эксплуатации и утилизации; - уровень экономичности, величина затрат в процессе эксплуатации изделия; - степень развернутости сервисных служб; - запас конкурентоспособности (сумма выгоды от использования изделия). 	<p><i>Показатели внешнеэкономической деятельности:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - экономическая эффективность экспорта продукции, объем валютной выручки; - степень применения в готовом изделии комплектующих мирового класса; - степень адаптированности к мировым стандартам учета и отчетности, делопроизводства, мировых достижений в науке и технике управления предприятием; - число зарубежных фирм-партнеров, география экспорта продукции; - степень внедрения передовых Систем качества согласно международным стандартам.

На конкурентоспособность предприятия влияет и число производимых товаров. Это обусловлено преимуществами диверсифицированного производства: в случае закрытия одного из рынков либо прекращения производства одного или нескольких продуктов, фирма продолжает функционировать. Чем шире

номенклатура выпуска, тем мощнее резервные возможности предприятия.

Важна также разработка новых направлений и механизмов промышленно-инвестиционной политики развития производительных сил на всех уровнях управления промышленностью, в том числе:

- формирование макроэкономического сопровождения на федеральном уровне развития конкурентоспособности отечественных предприятий;

- совершенствование качества экспортной продукции на основе проведения международной сертификации систем менеджмента качества предприятий, обеспечивающей возможность поставок продукции на отечественный и зарубежный рынки на основе внедрения международных стандартов;

- разработка новых направлений продвижения отечественной продукции промышленных предприятий в России и за рубежом;

Рассмотрим особенности управления конкурентоспособностью в условиях глобализации на примере российских промышленных предприятий.

Например, среди российских агропромышленных предприятий перерабатывающего комплекса периодически появляются компании, которые не могут удержать своих позиций из-за несоответствия продукции требованиям рынка. И лишь те торговые марки, которые смогли завоевать доверие потребителей благодаря высокому качеству, могут рассчитывать на сохранение конкурентных позиций. Хорошим примером таких компаний является Тимашевский консервный завод (Краснодарский край). Компания давно получила известность в России и Европе как один из самых серьезных участников рынка консервации, владея одним из самых крупных консервных предприятий в Европе. Пережив череду организационных и экономических преобразований, предприятия сохранило безупречный статус и фирменную марку, зарегистрированную еще в 1924 г.

Многие специалисты компании уверены, что хороший продукт можно создать только в том случае, если производить его не как для абстрактного потребителя, а как для себя и своих близких.

Одним из конкурентных преимуществ компании является высокая технологичность процессов производства. Предприятие отличается высоким уровнем автоматизации производственных процессов, обеспечиваемым мероприятиями стратегической программы технического перевооружения. По мнению менеджмента компании это позволяет реально снизить себестоимость продукции и одновременно повышать качество, т.к. максимально исключает влияние человеческого фактора и позволяет расширить ассортимент производимой продукции.

Важный инструмент продвижения – реклама. Основной бюджет маркетинга используется на выстраивание сети дистрибуции. Сначала основной целью рекламной компании было информирование рынка, всех его участников и бизнес-партнеров, розничных потребителей о свойствах и качественных преимуществах продукции. Впоследствии рекламные компании были ориентированы на продвижение новых торговых марок и др. Внедряются новые виды продукции, оптимизируется ассортимент, проведена международная сертификация, в результате которой появилась возможность маркировать продукты, соответствующие стандарту «БИО».

Пример этого и других успешных предприятий агропромышленного комплекса России по управлению конкурентоспособностью позволяет отметить:

1. в рамках управления конкурентоспособностью предприятия активно проводят модернизацию и техническое перевооружение производства;

2. приоритетом является выпуск качественной продукции из натурального сырья;

3. одним из основных направлений развития является обеспечение близости к сырьевым базам, снижение издержек производства и логистических издержек;

4. формируются значительные рекламные бюджеты, и выбирается активная стратегия продвижения.

К числу направлений обеспечения высокой конкурентоспособности предприятий в условиях глобализации можно отнести:

– оптимизация организационно-управленческой структуры внешнеэкономического комплекса;

– совершенствование региональной и отраслевой производственной, инновационной и социальной инфраструктуры;

– привлечение внешних инвестиций и развитие международной кооперации (например, в форме реализации совместных бизнес-проектов);

– межрегиональное и международное взаимодействие (например, в части защиты прав на объекты интеллектуальной собственности, обеспечения экологической безопасности процессов и продуктов и др.);

– взаимодействие с государственными структурами;

– организационная, информационная, нормативно-правовая и ресурсная поддержка отечественных компаний, как на российском, так на зарубежных рынках.

Вместе с тем существующие исследования возможной конкурентной специализации российских компаний в глобальной экономической среде пока не позволяют четко определить какие именно

конкурентные позиции страны, кроме ресурсно-сырьевых, следует развивать, чтобы обеспечить успех в конкурентной борьбе. Успешность внутренней промышленной политики в условиях глобализации напрямую отражается на итогах внешнеэкономической деятельности и конкурентоспособности. Вполне очевидна передача основной части полномочий федерального центра на региональный уровень. На уровне регионов происходит наиболее тесное формирование государственно-частного партнерства.

Положительным примером развития региональной конкурентоспособности являются примеры Республики Мордовия, Самарской и ряда других областей Центральной России. Например, в Мордовии принята Республиканская целевая программа развития РМ на 2013-2018 г.г., в Самарской области реализуется Стратегия социально-экономического развития на период до 2020 года и т.п. Аналогичные документы принимаются и реализуются практически во всех регионах страны, и в большинстве своем в числе их приоритетов находятся проблемы обеспечения конкурентоспособности предприятий в условиях динамичной рыночной среды и глобализации социально-экономических процессов.

В контексте рассматриваемых вопросов особую актуальность региональные программные документы приобретают и потому, что недооценка региональных аспектов повышения конкурентоспособности российских компаний и национальной экономики в целом может стать весьма серьезной проблемой интеграции в мировую технологическую систему.

Обеспечение реальной конкурентоспособности предприятий требует создания адекватной информационной инфраструктуры.

В качестве обязательных элементов информационной инфраструктуры международной экономической информации, доступных российским компаниям в полном объеме, могут рассматриваться:

– общедоступные источники информации: СМИ; информация о патентах; торговые представительства МИД РФ; товарно-фирменные справочники, проспекты, буклеты, годовые отчеты компаний; биографические справочники представителей делового мира; Интернет.

– коммерческие источники информации и базы данных: о зарубежных партнерах; российских и региональных ТПП, отраслевых союзов экспортеров; российских и международных консалтинговых агентств; Министерства экономического развития и торговли; таможи, органов валютно-экспортного контроля; результатах биржевых торгов; коммерческие справочники.

Чтобы реально конкурировать с зарубежными производителями в условиях глобализации российским компаниям необходимо:

– сертифицировать продукцию предприятий на безопасность (для изделий, подлежащих обязательной сертификации, сертификат безопасности дает право поставки продукции на рынки сбыта);

– сертифицировать продукцию по параметрам качества;

– сертифицировать систему управления качеством предприятия.

Также не требует дополнительной аргументации мнение ряда специалистов о необходимости заключения международных соглашений о взаимном признании результатов сертификации тех или иных товаров и услуг.

В современных условиях практически общепризнанным является тот факт, что конкуренция часто ведется на уровне систем управления качеством, в результате чего технологии становятся самостоятельным объектом управленческих воздействий. Для обеспечения устойчивых конкурентных позиций на рынке уже недостаточно ориентироваться на минимальные критерии оценки качества, которыми обычно пользуются при сертификации.

Отечественным предприятиям необходимо активно участвовать в международной производственной кооперации, поскольку она является важным фактором повышения конкурентоспособности экономики РФ: как на основе системного вовлечения в хозяйственный оборот разработок российских специалистов, так и привлечения передовых достижений зарубежных разработчиков.

Международная кооперация в сфере производства, управления, маркетинга и т.п. имеет ряд важных преимуществ для наших предприятий, т.к. позволяет быстрее повышать организационный и технический уровень производства благодаря совершенствованию технологических, логистических и иных процессов, систем управления, внедрению достижений мировой практики менеджмента и маркетинга, эффективному обмену объектами интеллектуальной собственности либо их совместному использованию с зарубежными партнерами.

Еще один фактор, прямо влияющий на уровень развития конкурентоспособности российских промышленных предприятий в условиях глобализации, – это состояние государственного управления в этой сфере, поскольку эффективность использования государственных ресурсов и качество государственного управления определяют, в конечном итоге, качество российской экономики в целом.

Итак, существующие теоретические и методические исследования, а также практические примеры и данные подтверждают вывод о том, что российские предприятия могут обеспечить достаточно высокий уровень конкурентоспособности в условиях глобализации, т.е. предельной насыщенности рынков и присутствия ведущих мировых производителей, за счет:

– использования новейших производственных, маркетинговых и др. технологий и широкого внедрения инноваций в различные сферы своей деятельности, том числе в области мотивации персонала;

– привлечения внешних и внутренних инвестиций для развития производства и реализации стратегических производственных программ;

– развития различных форм взаимодействия и кооперации с зарубежными партнерами для привлечения новых технологий и взаимного обмена опытом, в том числе за счет реализации инновационных и инвестиционных проектов и совместного использования патентованных разработок;

– повышения эффективности менеджмента компаний, развития новых форм взаимодействия с региональными и федеральными органами власти для формирования и развития новых конкурентных преимуществ, прежде всего, высокого ранга.

Список литературы

1. Ишкаев Р.К. Формирование товарных ресурсов организаций потребительской кооперации в условиях рыночных отношений : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.05 / Ишкаев Рустам Камильевич; [Место защиты: Белгор. ун-т потреб. кооп.]- Белгород, 2000.- 155 с.: ил. РГБ ОД, 61 01-8/1124-4
2. Горина А.П. Формирование стратегии повышения конкурентоспособности промышленного предприятия на основе использования инструментов и методов менеджмента / А. П. Горина, И. А. Горин. М.: Изд-во Мордов. ун-та, 2009. 188 с.
3. Яковлев Г.И. Управление конкурентоспособностью промышленных предприятий: теория и практика: на материалах работы предприятий промышленности : диссертация ... доктора экономических наук : 08.00.05 / Яковлев Геннадий Иванович; [Место защиты: Сам. гос. эконом. ун-т].- Самара, 2007.- 310 с.: ил. РГБ ОД, 71 09-8/104

THE SPECIFICS OF MANAGEMENT OF COMPETITIVENESS OF RUSSIAN COMPANIES IN THE FACE OF GLOBALIZATION OF SOCIAL AND ECONOMIC PROCESSES

L.V. Marabaeva, I.A. Gorin

N. P. Ogarev Mordovia State University, Saransk

This article considers the concept of enterprise competitiveness in the context of world economy globalization, carries out the systematization of the most

important enterprise competitiveness' indicators. New directions and mechanisms of industrial and investment policy of productive forces development are identified at all the levels of industrial management. The role of advertising in enhancing the competitiveness of enterprises is analyzing. The successful enterprises of Russian agro-industrial complex for managing of competitiveness are exemplified and the factors contributing to this are specified. The ways of providing the high competitiveness of enterprises are allocated in the face of globalization. The positive examples of regional competitiveness are considered. The authors determined that the providing of real enterprises competitiveness requires an adequate information infrastructure. At the same time, the factors that contribute to the competitiveness of Russian companies with outside manufacturers are specified, as well as the ways, through which Russian companies can provide a high level of competitiveness.

Keywords: competitiveness of enterprises, globalization, competitiveness, investment policy, productive forces, the level of competitiveness, advertising, economic system, the quality of products

Об авторах:

МАРАБАЕВА Людмила Владимировна – д.э.н., профессор, профессор кафедры менеджмента, ФГБОУ ВПО «МГУ им. Н.П. Огарева», e-mail: l.marabaeva@mail.ru

ГОРИН Иван Александрович – к.э.н., доцент кафедры менеджмента, ФГБОУ ВПО «МГУ им. Н.П. Огарева», e-mail: ivan2412@mail.ru