

THE STRATEGY OF COMPETITIVE DEVELOPMENT OF FIRM IN CONDITIONS OF MARKET ECONOMY

Bondarenko A. (Russian Federation)

СТРАТЕГИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО РАЗВИТИЯ ФИРМЫ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Бондаренко А. А. (Российская Федерация)

*Бондаренко Анна Андреевна / Bondarenko Anna – магистрант,
кафедра экономической теории, факультет международных экономических отношений,
Хабаровский государственный университет экономики и права, г. Хабаровск*

Abstract: *work is devoted to consideration of need of the choice, formation and improvement of the development strategy and increase in competitiveness of firm in the conditions of modernization of modern market economy. The timely analysis of the changeable environment of the market and a right choice of strategy in the conditions of rather rigid competitive fight is important not only in a section of separately taken firm, but also at the macro level, market development, prosperity and prosperity of national economy in general depends on successful development of firms.*

Аннотация: *работа посвящена рассмотрению необходимости выбора, формирования и совершенствования стратегии развития и повышения конкурентоспособности фирмы в условиях модернизации современной рыночной экономики. Своевременный анализ изменчивой среды рынка и правильный выбор стратегии в условиях достаточно жесткой конкурентной борьбы важны не только в разрезе отдельно взятой фирмы, но и на макроуровне, ведь от успешного развития фирм зависит развитие рынка, преуспевание и процветание экономики страны в целом.*

Keywords: *development strategy, competitive development, firm, modernization, market economy.*

Ключевые слова: *стратегия развития, конкурентоспособное развитие, фирма, модернизация, рыночная экономика.*

На сегодняшний день стратегия конкурентоспособного развития – это основополагающий стержень в управлении фирмой, которая должна обеспечивать устойчивый экономический рост и развитие фирмы, повышение конкурентоспособности производимой продукции, оказываемых услуг или выполняемых работ.

Вопрос выбора конкурентоспособной стратегии развития имеет огромное значение как для отдельной фирмы, так и для страны в целом, так как из преуспевания фирмы, словно из кирпичиков, строится процветание экономики в целом.

В условиях жесткой конкурентной борьбы и быстро меняющейся ситуации на рынке, фирмы должны не только концентрировать внимание на внутреннем состоянии дел, но и вырабатывать долгосрочную стратегию развития, которая позволяла бы им поспевать за изменениями, происходящими в их окружении.

Стратегия конкурентоспособного развития и процесс ее формулировки – стратегическое планирование, которое приносит выгоды, как с финансовой, так и с психологической стороны. Применение такого планирования позволяет фирме достигнуть максимальной эффективности в работе с наименьшими затратами. Стратегическое планирование является важнейшим средством на пути достижения главной и промежуточных целей фирмы, именно поэтому значимость выбора определенной стратегии развития, наиболее подходящей для фирмы на конкретном этапе ее развития, не вызывает сомнений.

Стратегия конкурентоспособного развития фирмы представляет собой детальный комплексный план управленческих действий, предназначенный для достижения долговременного успеха фирмы. Разработка и выбор стратегии должны обосновываться обширными исследованиями и достоверными данными [2].

Стратегическое планирование обретает смысл лишь тогда, когда оно реализуется в полном объеме. Ведь после разработки и утверждения основополагающей стратегии развития, ее необходимо реализовать, объединив с другими организационными функциями.

Повышение конкурентоспособного развития фирмы – это, в первую очередь, повышение качества продукции, которое является главным показателем деятельности абсолютно любого производства. Обычно под качеством продукции подразумевается способность свойств товара или услуги удовлетворять потребности, соответствующие ее назначению [1]. При этом повышение уровня качества продукции диктует повышение спроса на нее со стороны потребителя, и увеличение суммы прибыли не только за счет объема продаж, но и за счет увеличения стоимости товара с более высоким качеством.

Главная, долгосрочная цель жизнедеятельности фирмы реализуется в ее стратегии. В данном контексте стратегия конкурентоспособного развития понимается как сознательное, целенаправленное поведение фирмы как в краткосрочном, так и в долгосрочном периодах. Формируя стратегию развития, фирма учитывает поведение других экономических агентов: в первую очередь это поведение своих главных конкурентов, спрос потребителей и действия со стороны правительства. Фирма старается наиболее активно воздействовать на спрос, формируя потребительские предпочтения. Фирма взаимодействует с правительством, добиваясь желаемого регулирования налогообложения, таможенных пошлин и квот, выделения субсидий, принятия антимонопольных законов и исключений из них. Фирма становится активным участником формирования отраслевой, микроэкономической, а зачастую и макроэкономической политики государства. В данном случае параметры поведения фирмы – цена, качество и количество выпускаемого товара, закупки ресурсов, наем персонала, выпуск ценных бумаг, финансовые отношения с поставщиками и заказчиками – выступают как факторы стратегического поведения фирмы, с помощью которых она реализует свои цели.

Выполнение разработанного и утвержденного стратегического плана является критическим процессом, поскольку в случае реального плана приводит фирму к успеху. Но нередко бывает и наоборот: хорошо проработанный стратегический план может «провалиться», если не принять последовательных и грамотных мер по его реализации или же несвоевременно отреагировать на изменение окружающих внешних условий. Случаются также, когда фирмы оказываются не в состоянии осуществить выбранную стратегию. Такое случается, когда либо неверно был проведен анализ и сделаны неправильные выводы, либо потому, что произошли непредвиденные изменения во внешней среде. Однако часто стратегия не осуществляется и потому, что управление не может должным образом привлечь имеющийся у фирмы потенциал для реализации стратегии. В особенности это относится к использованию человеческого потенциала не в полном объеме [3].

На этапе воплощения стратегии в жизнь может возникнуть множество проблем и для этого существуют вполне объективные причины: когда начинается переход от проектирования к практике управления, имеет место факт столкновения теории с реальностью, которая всегда богаче любых планов. К тому же процесс разработки стратегии требует определенного, зачастую значительного времени, в течение которого произойдут колоссальные изменения в среде существования фирмы, в результате которых планы могут утратить свою актуальность еще до начала своей реализации.

После того как стратегии конкурентоспособного развития внедрены, необходимо постоянно их отслеживать и осуществлять в определенные периоды оценку реализации. Важным условием при этом является выбор наиболее важных критериев, которые определяют, насколько удачно выбрана стратегия с точки зрения стратегического анализа. Это, прежде всего, ее осуществимость, т.е. степень трудности и объем усилий для того, чтобы данная стратегия была применена на практике, а также ее приемлемость, т.е. определение того, в какой мере результаты применения конкретного стратегического варианта направлены на выполнение миссии организации и достижение ее целей.

Литература

1. *Войтоловский Н. В., Калинина А. П., Мазурова И. И.* Комплексный экономический анализ предприятия. СПб.:Лидер, 2010. 576 с.
2. *Гранд Р.* Современный стратегический анализ. Изд. Питер, 2008. 560с.
3. *Завьялов П. С., Азов Г. Л., Швандар К. В.* Международная конкурентоспособность (на уровне национальной экономики, отрасли, предприятия, товара). М.:ВНИИВС, 2010. 96 с.