

НЕКОТОРЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕХАНИЗМА КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ

Бурменко Ю.В. Email: Burmenko17106@scientifictext.ru

*Бурменко Юлия Владимировна - магистрант,
кафедра менеджмента и маркетинга,
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород*

Аннотация: в статье рассмотрены типы механизмов стратегического управления на основе их адаптации к внешней среде (с пассивной, с активной и направленные на формирование внешней среды). Уточнено, для каких систем управления характерны (типичны) представленные механизмы. Описаны элементы структуры механизма и реализации стратегии конкурентоспособности и правила их подчинения. Все элементы механизма управления конкурентоспособностью организации являются многоуровневыми, что предполагает взаимодействие управления организации с государственной составляющей окружающей среды.

Ключевые слова: механизм, элементы, конкурентная стратегия.

SOME THEORETICAL ASPECTS OF THE FORMATION OF THE MECHANISM OF COMPETITIVE STRATEGY

Burmenko J.V.

*Burmenko Julia Vladimirovna – Undergraduate,
DEPARTMENT OF MANAGEMENT AND MARKETING,
FEDERAL STATE AUTONOMOUS EDUCATIONAL INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION
BELGOROD STATE NATIONAL RESEARCH UNIVERSITY, BELGOROD*

Abstract: the types of mechanisms of strategic management based on their adaptation to the external environment are considered. It is specified for which control systems are typical mechanisms presented. Elements of the structure of the mechanism and the implementation of the strategy of competitiveness and the rules for their subordination are described. All elements of the organization's competitiveness management mechanism are multi-level, which implies interaction of the organization's management with the state component of the environment.

Keywords: mechanism, elements, competitive strategy.

УДК 334.025

Основным направлением улучшения процесса управления является поставка на рынки (внешние и внутренние) конкурентных и качественных товаров и услуг, пользующихся спросом у потребителя. Данный процесс не возможен без стратегического управления, но не путем внедрения отдельных его элементов, а системы механизмов.

Типология адаптивных механизмов стратегического управления основывается на адаптивных системах, присущих живой природе и техники [8, с. 260, 11, 12, 16]. Существуют три типа подобных механизмов:

1. Механизмы с пассивной адаптацией к внешней среде. Данные механизмы решают задачу функционирования системы в константной среде и направлены на выбор наиболее выгодных условий жизнедеятельности организации из уже имеющихся в сложившейся нише внешней среды. Использование данных механизмов значительные изменения условий внутри ниши приводят к качественной внутренней перестройке производственно-хозяйственной системы организации. Они чаще всего встречаются для систем управления, как системы реактивной адаптации, бюджетно-финансового контроля, долгосрочного планирования, стратегического планирования [8, с. 263, 10, 11, 12, 16].

2. Механизмы с активной адаптацией. В базисе данных механизмов непосредственная адаптация, направленная на использование элементов внешней среды в деятельности предприятия, поиск благоприятных условий перехода в новые «ниши». Адаптация проявляется в быстрой реакции обратимой перестройке внутренних структур и в применении сложных форм стратегического поведения. Основное внимание при разработке механизмов данного типа направлено на построение систем прогнозирования состояния внешней среды и разработке наиболее эффективных мероприятий внутренней среды как ответ на внешний раздражитель. Механизмы с активной адаптацией подходят к типам управления, которые И. Ансофф определил как системы управления путем выбора стратегической позиции, ранжирования стратегических задач, реакции на слабые сигналы, а также управления в условиях стратегических неожиданностей [1, с. 57, 2, с. 93, 8, с. 264, 10, 11, 12, 16].

3. Механизмы, направленные на формирование внешней среды. Эти механизмы на основе предварительной адаптации применяются для создания лучших условий для деятельности организации. Главным курсом применения этих механизмов является развитие элементов среды, обеспечивающих набор внешних параметров, оптимальных для деятельности организации. Стратегические решения при использовании данных механизмов принимаются, базируясь на основе интуитивных предложений о состоянии внешней среды и 'коллективной логики'. Механизмы, направленные на формирование внешней среды, применимы для систем управления на основе коллективной стратегии, инновационного управления и др. [5, с. 298, 6, с. 147, 8, с. 265, 10, 11, 12, 16].

По своей сути адаптивные механизмы являются алгоритмом совокупных действий организации, основанного на, полученной в результате стратегического анализа, информации. Главной функцией механизмов является помощь в выборе стратегии взаимоотношений организации с внешней средой.

Структура механизма управления конкурентоспособностью для различных организаций на сегодняшний момент времени является дискуссионным вопросом [3 с. 135, 4, 9, с. 382, 13, 14, 15, 17, 18, 19]. Элементы структуры механизма и реализации стратегии конкурентоспособности были выделены М.А. Дзиной [4], ниже представим их:

- цели управления, трансформированные в критерии управления (количественный аналог целей). При этом под целью понимается, во-первых, желаемый результат деятельности, достигнутый в пределах некоторого интервала времени; во-вторых, доказуемый результат и заданные условия реализации общей задачи [4];

- факторы управления (элементы объекта управления и их связи, на которые осуществляется воздействие в интересах достижения поставленных целей) [4];

- методы воздействия на факторы (инструментарий, способы и технология достижения поставленных целей) [4];

- ресурсы управления (материально-технические, финансовые, социальные, институциональные и другие ресурсы, при использовании которых реализуется избранный метод управления и обеспечивается достижение поставленной цели) [4].

Структура механизма и реализации стратегии конкурентоспособности – это совокупность взаимосвязанных элементов и процессов, показанных с различной степенью детализации. Она представляет собой подчиненную в определенном порядке декомпозицию составных частей процесса управления необходимых и полных как для планирования и контроля динамики процесса, так и для его стейкхолдеров.

При этом структура должна удовлетворять следующим правилам:

1. Каждый уровень иерархии декомпозиции должен иметь законченный вид или охватывать всю совокупность частей процесса, представленного на данном уровне детализации.

2. Характеристики элементов процесса на каждом уровне иерархии структуры должны быть сравнимы, сопоставимы.

3. Нижний уровень декомпозиции должен содержать элементы (модули), на основе которых могут быть ясно определены все данные, необходимые и достаточные для управления конкурентоспособностью.

Все элементы механизма управления конкурентоспособностью организации являются многоуровневыми, что предполагает взаимодействие управления организации с государственной составляющей окружающей среды. В связи с этим, результативность применения каждого структурного элемента механизма конкурентной стратегии зависит от слаженности действий управленцев в организациях, а так же всех уровней власти. Таким образом, сутью механизма конкурентной стратегии организации является планомерное взаимоотношение структур управления всех уровней внутри и с наружи объекта внедрения механизма, и влияния их на субъект экономической системы в интересах достижения намеченных стратегических целей.

Список литературы / References

1. *Ансофф И.* Новая корпоративная стратегия: пер. с англ. / И. Ансофф. СПб.: Питер, 2000. 414 с.
2. *Ансофф И.* Стратегическое управление: пер. англ. / И. Ансофф; науч. ред. Л.И. Евенко. М.: Экономика, 1989. 519 с.
3. *Балабанова Л.В.* Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга: монография // Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2004. 147 с.
4. *Дзина М.А.* Теоретические основы формирования механизма управления конкурентоспособностью предприятия // Культура народов Причерноморья, 2006. С. 118-126.
5. *Егоров А.Ю., Никулин Л.Ф.* 'Пульсирующий' менеджмент. М.: Изд-во РЭА, 1998. 236 с.
6. *Круглова Н.Ю.* Инновационный менеджмент / Под научн. ред. Д.С. Львова. М.: Ступень, 1996. 290 с.

7. *Лепя Н.Н.* Управление конкурентными преимуществами предприятия: Монография / Н.Н. Лепя; Нац. акад. наук Украины, Ин-т экономики пром-сти. Донецк: Юго-Восток, 2003. 294 с.
8. Менеджмент организации. Учебное пособие / под ред. З.П. Румянцевой, Н.А. Соломатиной. М.: Инфра-М, 1995. 432 с.
9. *О'Шонесси Дж.* Конкурентный маркетинг: стратегический подход: [Пер. с англ.] / Дж. О'Шонесси. [2-е изд.]. СПб.: Питер, 2002. 857 с.
10. *Стельмашенко Е.В.* Характеристика механизма реализации стратегии в маркетинговом менеджменте предприятий //Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности, 2016. Т. 2. № 5. С. 193-196.
11. *Текиев М.В., Болиева И.А., Панкратов С.В.* Таксономия механизма стратегического управления // Экономика, управление, финансы: материалы VII Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, февраль 2017 г.). Краснодар: Новация, 2017. С. 113-114.
12. *Туркин Д.А., Колесников Н.И., Бурмистров А.Е.* Современные методы и механизмы реализации стратегии развития компаний //Экономика и управление: проблемы, решения, 2016. №. 6. С. 154-159.
13. *Фатхутдинов Р.А.* Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. М.: Маркетинг, 2002. 886 с.
14. *Хулей Г.* Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование: Пер. с англ. / Г. Хулей, Дж. Сондерс, Н. Пирси. Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005. 774 с.
15. *Шинкаренко В.Г.* Управление конкурентоспособностью предприятия / В.Г. Шинкаренко, А.С. Бондаренко; Харьк. нац. автомоб.-дорож. ун-т. Х.: ХНАДУ, 2003. 185 с.
16. *Шумилова А.В.* Механизмы реализации стратегии организации (Россия, Архангельск) //Проблемы современной экономики, 2006. № 1-2. С. 208-210.
17. *Гончарук Т.І.* Конкуренція і конкурентоспроможність: зміст і розвиток у перехідній економіці / Т.І. Гончарук. Суми: «Мрія-1» ЛТД, 2003. 59 с.
18. *Кривенко Г.В.* Управління конкурентоспроможністю підприємств в умовах маркетингової орієнтації: Автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01 / Г.В. Кривенко; Донец. держ. Ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Донецьк, 2003. 18 с.
19. *Радченко Ю.Н.* Маркетинг и планирование конкурентоспособности в системе внутрипроизводственного управления // Экономика: проблемы теории та практики: Зб. наук. пр. / Дніпропетр. нац. ун-т; [Голов. ред. А.А. Покотілов] Вип. 150, 2002. 199 с.