

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ С УЧЕТОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGY TAKING INTO ACCOUNT ENTREPRENEURIAL POTENTIAL

Авторы: Алексеева Кристина Тимофеевна (Ростовский филиал ФГБОУ «Российский государственный университет правосудия»)

Аннотация: Переход к рыночным отношениям предопределил формирование в большинстве регионов новой, достаточно крупной социальной группы - предпринимателей, оказывающей значительное влияние на их социально-экономическое развитие. Предпринимательство как одна из конкретных форм проявления общественных отношений способствует не только повышению материального и духовного потенциала общества, создает благоприятную почву для практической реализации способностей каждого индивида, но и ведет к единению нации, сохранению ее национального духа и национальной гордости.

Ключевые слова: Стратегия развития, стратегия конкуренции, экономический потенциал предпринимательских структур, ресурсный подход, предпринимательское право, конкуренция.

Annotation: The transition to a market economy predetermined the formation in most parts of the new, fairly large social group - entrepreneurs providing a significant impact on their socio-economic development. Entrepreneurship as one of the concrete forms of manifestation of social relations contributes not only to raising the material and spiritual potential of society, creates favorable conditions for the practical realization of the abilities of each individual, but also leads to the unity of the nation, the preservation of its national spirit and national pride.

Keywords: development strategy, competition strategy, economic potential of business structures, resource approach, business law, competition.

В жесткой конкурентной среде отечественные предприятия могут успешно действовать благодаря созданию механизма обеспечения устойчивого положения на рынке.

Под механизмом устойчивости на уровне предприятия необходимо понимать совокупность экономических, экологических и социальных факторов. Экономическая устойчивость в большинстве обеспечивает достижение устойчивости и в других направлениях функционирования предприятия.

Экономическую устойчивость предприятий на конкурентном рынке, современная теория и практика сочетается с обеспечением конкурентоспособности. Этот подход заложен в основу действующего стратегического менеджмента. Под устойчивым состоянием (функционированием) предприятия понимают способность сохранять (или наращивать) объемы реализации продукции (Услуг) в течение длительного периода времени при различных изменениях в инфраструктуре и при колебаниях

потребительского спроса [1]. Конкуренция - одна из существующих признаков рынков, механизм регулирования производства. Конкуренция - это центр тяжести всей системы рыночного хозяйствования, тип взаимоотношений между производителями по поводу установления цен и объемов предложения товаров на рынке [2]. Термин «потенциал» в своем этимологическом значении происходит от латинского слова «potential» и означает «скрытые возможности», которые в хозяйственной практике благодаря работе могут стать реальностью [3]. По мнению автора, определение конкурентоспособности недостаточно для характеристики деятельности предприятия в конкурентной среде. Считаю целесообразным введение понятия конкурентоспособность и конкурентостойкость. Изучив толкование слов: способности и возможности, я проанализировал следующие определения экономических категорий конкурентоспособности способности и конкурентостойкости.

Конкурентоспособность - это наличие внутренних факторов, позволяющих (теоретически) завоевать рынок за счет продукции собственного производства, или это возможность находить пути для достижения преимуществ перед другими участниками рынка, за счет внутренних факторов. Конкурентоспособность - это наличие внутренних и внешних факторов, которые отражают соответствие предприятия требованиям конкурентной среды и возможность сбыта его продукции.

Конкурентостойкость - это возможность предприятия удержать свою нишу и / или расширить ее. Рассмотрев определения известных ученых, предлагаю раскрыть определение потенциала. Потенциал - это возможность предприятия обеспечить достижение установленных целей, производить реакцию, соответствующую требованиям внешней среды. В стратегическом менеджменте рассматривают финансовый, маркетинговый, производственный, управленческий и кадровый потенциал. Но никакого внимания не уделено предпринимательскому потенциалу.

Предпринимательский потенциал - это возможность предприятия находить и использовать новые виды продукции, разработки новой техники и технологии, новые формы организации производства и управления. Использование предложений собственных рабочих, копирование лучшего опыта ведущих компаний, специальные разработки для фирмы.

Основным ресурсом для предпринимательского потенциала являются люди. Именно люди являются источником поиска предпринимательской идеи и носителями корневых компетенций. Как правило, лучшие идеи можно найти на собственном предприятии, но необходимо мотивировать и заинтересовать работников. Исходя из этого, предпринимательский потенциал необходимо рассматривать как открытую систему, так как он находится под влиянием факторов внешней среды: законодательной базы, изменений во внешней политике, развитие приоритетных отраслей, уровень образования населения, уровень жизни и прочее; и внутренней среды: новые разработки, новые источники финансирования и др. Жесткая конкуренция требует от предприятий не только определения их предпринимательского потенциала, конкурентоустойчивости, но и разработки стратегий развития.

Предприятие может быть конкурентноустойчивым, то есть иметь определенные преимущества. Для постоянства на конкурентном рынке, то есть конкурентоустойчивости, ему необходимо использовать все свое предпринимательские потенциалы в течение всего жизненного цикла. Существует методический подход сочетания показателей предпринимательского потенциала, конкурентоспособности предприятия и доли рынка, который состоит из четырех этапов. На первом этапе определяем предпринимательский потенциал. Поскольку предпринимательский потенциал это совокупный показатель, который состоит из пяти групповых показателей: инновационной деятельности, организационно-технического уровня, финансовых, предпринимательских и качественных характеристик, влияющих на предпринимательскую деятельность. На втором этапе рассчитываем показатель конкурентоустойчивости предприятия. На третьем этапе рассчитываем долю рынка. На четвертом этапе строим график зависимости коэффициента предпринимательства и конкурентоспособности предприятия с учетом доли рынка данного предприятия. Полученную матрицу можно разделить на шесть квадрантов, для каждого из которых является предприятия характерного типа: I квадрант - это предприятия аутсайдеры. II квадрант - предприятие Проспектор. III квадрант - защитник расходов. IV - диверсифицированный анализатор.

Предприятиям с низким предпринимательским потенциалом и средней конкурентостойкостью рекомендуется стратегия развития. Стратегия стабилизации присуща предприятиям, которые имеют высокую конкурентостойкость и предпринимательский потенциал. Предприятия, имеющие низкий предпринимательский потенциал и конкурентостойкость, требуют внедрения стратегии реструктуризации. Выбрав определенную стратегию, руководству предприятия необходимо осознать необходимость ее внедрения и разработки планов по достижению поставленной цели.

Список литературы:

1. Стратегическое управление организационно-экономической устойчивостью фирмы: Логистикоориентированное проектирование бизнеса / А.Д. Канчавелы, А.А. Колобов, И.Н. Омельченко и др. ; под ред. А.А. Колобова, И.Н. Омельченко. - М. : Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2001. - 600 с.
2. Экономическая энциклопедия / Под. ред. Мочерного С.В. - М. : Издательницы центр «Академия», 2000. - В 3-х томах
3. Краткий толковый словарь украинского языка / Под ред. Д. Гринчишина - М. : Просвещение, 1988. - 320 с