

Амелин С.С.
студент магистратуры 1 курса
специальность «Менеджмент»
Аккредитованное образовательное частное
учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ЮРИДИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ МФЮА»

Россия, г. Москва

Научный руководитель: Задворнева Е. П., к.э.н
Аккредитованное образовательное частное
учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ЮРИДИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ МФЮА»

Россия, г. Москва

РОЛЬ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ В ДОЛГОСРОЧНОМ РАЗВИТИИ КОМПАНИИ

***Аннотация:** в статье раскрыта сущность конкурентной стратегии компании, определены принципы ее эффективного формирования и реализации, обозначена роль в долгосрочном развитии фирмы.*

***Ключевые слова:** конкурентная стратегия, конкуренция, стратегическое планирование.*

Amelin S.S.

*1st year Master's student
specialty "Management"
Accredited private educational
institution of higher education
"MOSCOW FINANCIAL AND LEGAL
MFUA UNIVERSITY"
Russia, Moscow*

*Scientific supervisor: E. P. Zadvorneva,
Candidate of Economics,
Accredited private educational
institution of Higher education
"MOSCOW FINANCIAL AND LEGAL
MFUA UNIVERSITY"
Russia, Moscow*

THE ROLE OF COMPETITIVE STRATEGY IN THE LONG-TERM DEVELOPMENT OF THE COMPANY

***Annotation:** the article reveals the essence of the company's competitive strategy, defines the principles of its effective formation and implementation, and identifies the role in the long-term development of the company.*

***Keywords:** competitive strategy, competition, strategic planning.*

Введение.

Стремительное развитие рынка в последнее десятилетие существенно обострило конкурентную борьбу внутри него. В данных условиях конкурентоспособность фирмы является центральным фактором ее жизнеспособности, рентабельности и дальнейшего развития. С учетом насыщенности рынка предложениями развивается агрессивная борьба за покупателя, победителем в которой выступает предприятие, товары, услуги

или работы которого максимально удовлетворяют потребительскому спросу.

Однако в условиях столь же стремительного развития технологий производственных процессов, изменения конкурентной среды, политической ситуации, предпочтений покупателей и прочих факторов внешней среды, сохранение конкурентоспособности для компании является крайне сложной задачей.

Наиболее эффективным механизмом ее решения является развитие элементов стратегического планирования в структуре менеджмента, что реализуется посредством формирования комплекса мероприятий, проектов, планов и пр., направленных на достижение устойчивого положения компании на конкурентном рынке в долгосрочном периоде. Совокупность рассмотренных элементов представляет собой конкурентную стратегию фирмы.

Методы.

В рамках проведения настоящего исследования были использованы методы анализа сущности феномена конкурентной стратегии предприятия; метод дедукции, строящийся от общего утверждения о важности конкурентной стратегии до детального объяснения причин ее значимости для обеспечения эффективности развития компании в долгосрочном периоде.

Результаты.

В соответствии с Федеральным законом от 26.07.2006 № 135-ФЗ конкуренция определена как соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке [1].

Для фирмы конкуренция – это ключевой барьер при выходе на рынок, а также главный индикатор (показатель) целесообразности ведения бизнеса. Соответственно, если компания преодолевает данный барьер, то получает прибыль и возможность дальнейшего наращивания своего потенциала; если нет – то терпит убытки, приводящие к стагнации производства и дальнейшей ликвидации бизнеса.

Следовательно, ключевой целью менеджмента фирмы в данном случае является долгосрочное развитие организации, учитывающее все факторы конкуренции и конкурентной среды. В данном случае механизмом реализации указанной цели является формирование конкурентной стратегии.

Конкурентная стратегия – это детальный план действий, ориентированный на стратегический период, в котором отражены механизмы, методы, инструменты и мероприятия по повышению конкурентоспособности компании и сохранению позиции на рынке при любых колебаниях рыночной среды и факторов внешней среды.

Конкурентная стратегия должна быть составлена таким образом, чтобы поддерживать потребительскую ценность выпускаемой продукции (работ, услуг) в течение длительного периода. Цель конкурентной стратегии – достижение превосходства над конкурентами в своем рыночном сегменте.

Особое значение конкурентной стратегии также выражено в следующих факторах, которые являются обязательными компонентами ее успешной реализации:

- 1) **Производственный фактор:** обеспечение долгосрочной устойчивости и стабильности производства; внедрение инноваций в технологические процессы; модернизация оборудования; повышение качества продукции.

2) Финансовый фактор: рост прибыли; формирование финансовых резервов; расширение кредитного потенциала.

3) Административный фактор: возможность получения государственного заказа; получение льгот и преференций; формирование надежной деловой репутации.

4) Управленческий фактор: совершенствование внутрифирменных методов управления; оптимизация организационных структур; развитие системы коммуникационного взаимодействия; цифровизация процессов.

5) Маркетинговый фактор: сохранение рыночной ниши; расширение рынков сбыта; обеспечение опережающего реагирования на рыночную ситуацию.

Формирование конкурентной стратегии дает возможность менеджерам компании:

- прогнозировать на перспективу (предвидеть) основные направления развития собственной предпринимательской деятельности;
- прогнозировать и осуществлять отслеживание воздействия внешней среды на деятельность предприятия;
- пошагово развивать собственное дело за счет реализации стратегического выбора направлений развития предприятия.

Конкурентная стратегия, как программа действий, позволяющая получить положительный экономический эффект за счет более сильной конкурентной позиции, основывается на следующих принципах:

1) Принцип преемственности – основан на детальном анализе деятельности компании за предыдущие периоды, оценке ключевых преимуществ и существенных недостатков, а также «слабых мест» предпринимательской деятельности, изменить статус которых на «преимущества» не представляется возможным.

2) Принцип накопления. В основе принципа положительный опыт, который имеется у компании в рамках конкурентной борьбы. Данный опыт должен суммироваться и транслироваться на последующие периоды, а также дополняться и развиваться в зависимости от изменения рыночной ситуации. Именно опыт позволяет предприятию избежать повторения прошлых ошибок в будущем, тем самым снизить издержки при реализации планов долгосрочного развития.

3) Принцип последовательности. Принцип обусловлен зависимостью каждого следующего этапа конкурентной стратегии от результатов достижения предыдущего этапа. Следовательно, при допущении ошибок, просчетов и неточностей, а также нереализации каких-либо планов на одном из этапов, автоматически формируется погрешность и снижение эффективности конкурентной стратегии на выходе.

4) Принцип цикличности – обусловлен необходимостью своевременной корректировки стратегии под изменяющие условия внешней и внутренней среды с учетом показателей и опыта ее реализации на момент корректировки.

После утверждения конкурентная стратегия становится официальным распорядительным документом компании, что способствует концентрации ресурсов, сил и интеллектуального потенциала для ее эффективной реализации.

Заключение.

Таким образом, в общем смысле под конкурентной стратегией следует понимать модель действий по поддержанию конкурентоспособности фирмы в долгосрочном периоде. Составляющими элементами конкурентной стратегии являются параметры и мероприятия по развитию ресурсной базы, технологий производства, рынков сбыта, системы организации бизнеса, конкурентных преимуществ и пр. Ключевая

роль конкурентной стратегии состоит в том, чтобы обеспечить прогнозирование возможных вариантов развития рынка и обеспечить для компании лидирующие позиции в выбранной рыночной нише на долгосрочную перспективу.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (ред. от 10.07.2023). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/(дата обращения: 10.11.2023).

2. Лапа Е.А. К вопросу о понятии и сущности стратегии развития компании // Московский экономический журнал. – 2020. - № 1. С. 340-349.

3. Пути повышения конкурентоспособности предприятия: монография / С.Б. Тюрин, А.Д. Бурыкин, В.А. Кваша, А.Ю. Мудревский, Р.В. Колесов, А.В. Юрченко; под общ. ред. С.Б. Тюрина. – Ярославль: Канцлер, 2018. – 242 с.

4. Ярошевич Н.Ю. Оценка конкурентного поведения предприятий на отраслевых рынках промышленного сектора // JOURNAL OF NEW ECONOMY. – 2020. - № 2. – С. 94-111.