

точно определить объем работ, последовательность, сроки выполнения и ответственных за исполнение каждого задания.

Исходя из результатов анализа индикаторов экономической безопасности, можно предложить ряд мер по оптимизации кадрового состава, которые связаны с определением оптимальной численности персонала.

Оптимальную численность персонала определяют при помощи того или иного метода нормирования числа сотрудников. Далее делают сравнительную характеристику текущей численности персонала с оптимальной и получают количество персонала, которое необходимо сократить. При этом работники предприятия могут быть не только сокращены, но и остаться работать на предприятии в результате перераспределении персонала по структурным подразделениям, если это связано с необходимостью укрепления отдельных подразделений.

Существует два различных подхода к проведению сокращения численности сотрудников, которые можно условно назвать «жестким» и «мягким».

«Жесткий» подход – сокращение штата: компания сталкивается с кризисом, руководство принимает решение сократить расходы за счет сокращения штата, выявляются неэффективные рабочие места, сотрудников уведомляют об увольнении, выплачиваются компенсации, положенные по трудовому кодексу, и увольняют.

«Мягкие» подходы к сокращению основаны на стремлении руководства предприятия уйти от прямых увольнений. Результатом применения таких подходов является создание условий для активизации «естественного» сокращения численности персонала.

Оптимизация численности персонала – сложный и болезненный инструмент для снижения затрат компании. Если применять его взвешенно, после всестороннего анализа текущей ситуации и прогнозирования последствий, то он будет эффективно работать и давать положительные результаты.

Результатом правильной оптимизации кадрового состава является увеличение прибыли, снижение материальных затрат организации на содержание персонала. Это весьма актуально в условиях современной сложившейся экономической ситуации.

Таким образом, процесс оптимизации кадрового состава можно рассматривать как один из способов обеспечения экономической безопасности предприятий региона и страны в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алавердов, А.Р. Управление персоналом [Текст] / А.Р. Алавердов. – М.: Маркет ДС, 2012. – 304 с.
2. Колюжнова, Н.Я. Оптимизация кадрового состава предприятия. [Текст] / Н.Я. Колюжнова. – М.: Омега, 2013. – 482 с.
3. Рогожин М.Ю. Организация кадровой работы предприятия. [Текст] / М.Ю. Рогожин – М.: Изд-во РДЛ, 2003. – 269 с.
4. Тамбовцев В.Л. Экономическая безопасность хозяйственных систем: структура проблемы [Текст] / В.Л. Тамбовцев. – Вестник Московского гос. ун-та. Сер. 6 «Экономика». – 1995. – №3. – 465 с.

УДК 332.1

СТРАТЕГИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Е.П. Дружникова, Н.Е. Семенченко
Белгород, Россия

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Обеспечение достаточного высокого уровня конкурентоспособности предприятий является наиболее актуальной проблемой современной экономики. Одним из условий

повышения конкурентоспособности является разработка стратегии повышения конкурентоспособности предприятия. В связи с этим статье обоснована необходимость формирования стратегии повышения конкурентоспособности предприятий пищевой отрасли промышленности.

Ключевые слова: стратегия, пищевая отрасль, конкурентная стратегия, предприятие, конкурентоспособность, факторы конкурентоспособности.

STRATEGY OF INCREASE OF COMPETITIVENESS OF THE FOOD INDUSTRY

E. P. Druzhnikova, N. E. Semenchko

Belgorod, Russia

Belgorod state national research University

Ensuring a sufficiently high level of competitiveness of enterprises is the most urgent problem of the modern economy. One of the conditions for increasing competitiveness is the development of a strategy to improve the competitiveness of the enterprise. In this regard, the article substantiates the need to develop a strategy to improve the competitiveness of the food industry.

Keywords: strategy, food industry, competitive strategy, enterprise, competitiveness, competitiveness factors.

Одним из приоритетных направлений деятельности современного предприятия пищевой промышленности является значительный рост объёмов производства продукции и ее продвижение на российском и на зарубежном рынке. Решение этих задач можно осуществить при разработке наиболее эффективной стратегии, ориентированной на повышение конкурентоспособности, как продукции, так и предприятия в целом.

Конкурентоспособность продукции оказывает существенное влияние на конкурентоспособность хозяйствующего субъекта. Однако конкурентоспособность предприятия является намного более емким понятием и вбирает в себя множество аспектов деятельности помимо производимой продукции: менеджмент, маркетинг, финансовая политика, операционная эффективность и т.д. Конкурентоспособность отдельного предприятия является результатом слияния практики управления и моделей организации, наиболее предпочтительных для данной местности, и источников конкурентных преимуществ этого предприятия.

Стратегию можно представить как долгосрочное качественное определение основных направлений развития предприятия, приводящее его к поставленным целям. Она касается сферы, средств и формы деятельности, системы взаимоотношений внутри предприятия, позиции в рыночной среде и конечно повышения конкурентоспособности [2].

Основной задачей формирования стратегии повышения конкурентоспособности предприятий пищевой промышленности является получение конечного результата в виде программы конкретных действий, связывающей между собой имеющиеся ресурсы, исполнителей и время на их исполнение.

Предприятия пищевой промышленности призваны обеспечивать население страны различными продуктами питания в объемах и ассортименте, достаточных для формирования правильного и сбалансированного рациона питания. В современных рыночных условиях предприятия пищевой промышленности приспособливают свою производственно – экономическую деятельность к требованиям рынка не только за счет применения различных методов управления, но и за счет формирования комплекса стратегических целей. Эти цели будут направлены на повышение конкурентоспособного потенциала предприятий, сохранения его лидирующего положения на рынке. Основной упор в этом случае делается на решении текущих производственных проблем и уменьшении издержек производства продукции.

Пищевая промышленность является средне технологичной отраслью ориентированной в основном на внутренний рынок. Тенденции развития предприятий пищевой промышленности свидетельствует о том, что проблема повышения их конкурентоспособности за счет роста эффективности производства является наиболее актуальной. Разработка и функционирование стратегии повышения конкурентоспособности предприятия пищевой промышленности, основанной на повышении качества продукции с учетом принципов всеобщего управления качеством, предполагает вовлечение в это процесс всех сотрудников предприятия, включая вспомогательную сеть и жизненный цикл продукции.

К числу наиболее значимых факторов в стратегии деятельности предприятия, обеспечивающих ему возможность повышения конкурентоспособности и устойчивого положения на рынке, целесообразно отнести следующие [4]:

- повышение уровня технической оснащенности производственных и технологических процессов;
- организация планирования производства;
- обеспечение более высокого качества продукции за счет четкой организации маркетинговых исследований и построения взаимовыгодных отношений с поставщиками;
- гибкая ценовая политика и регулирование объемов продаж;
- повышение квалификации персонала за счет его обучения, мотивации и стимулирования;
- информационное обеспечение деятельности предприятия на основе использования современного программного обеспечения;
- ориентация деятельности предприятия на потребителя и формирование высокого уровня доверия к торговой марке.

Выработка стратегии конкурентного поведения, а также последующий контроль за отражением этой стратегии в оперативных действиях предприятия пищевой промышленности являются специфичной и существенно важной задачей внутрифирменного менеджмента, начиная с его самого верхнего уровня.

Стратегия конкурентного поведения является базисом арсенала инструментов деятельности каждого конкурента. Не имея стратегии, предприятие пищевой промышленности не в состоянии формировать прагматически мотивированные установки на те или иные действия, и тем самым положительно влиять на улучшение дел внутри компании и на состояние внешней среды своего бизнеса.

В связи с тем, что предприятия пищевой промышленности являются сложными современными социально–экономическими системами, то их стратегия повышения конкурентоспособности имеет несколько уровней, таких как корпоративная, конкурентная, функциональная и операционная. Из всех перечисленных стратегий для повышения конкурентоспособности предприятий пищевой промышленности наиболее важной является конкурентная стратегия. Конкурентная стратегия – это часть корпоративной стратегии предприятия пищевой отрасли промышленности, которая характеризует набор специфических подходов к ведению конкурентной борьбы на товарном рынке. В зависимости от состояния внутренней и внешней среды, конкурентная стратегия может быть оборонительной или наступательной [1].

В современных условиях риска и неопределенности особое значение приобретает разделение конкурентных стратегий по географическому признаку на:

- локальные,
- мультинациональные
- глобальные.

При этом целесообразно учитывать тот факт, то если локальная конкуренция предполагает ведение конкурентной борьбы преимущественно на местном рынке, то о мультинациональной или глобальной конкуренции говорят в том случае, если предприятие присутствует или стремится к присутствию на рынках нескольких или большинства стран.

Основой конкурентной стратегии являются достигнутые предприятием конкурентные преимущества, т.е. свойства товара или марки, специфичные формы организации бизнеса,

носящие относительный характер и обеспечивающие предприятию определенное превосходство над конкурентами. Конкурентные преимущества могут выражаться различными как внешними (основанными на отличительных качествах товара, образующих ценность для покупателя с точки зрения качества, дизайна и т.п.) и внутренними (базирующимися на превосходстве предприятия в издержках производства и управления) факторами. Следовательно, способы повышения конкурентоспособности различны, и в этом смысле существует столько стратегий конкуренции, сколько и конкурирующих между собой предприятий [3].

Анализ современных стратегий повышения конкурентоспособности реализуемых предприятиями различных сегментов рыночной экономики, показывает, что для обеспечения конкурентоспособности на отечественных и зарубежных рынках, предприятиям необходимо использовать определенные конкурентные стратегии, в качестве инструментов для усиления конкурентных преимуществ, но при этом необходимо учитывать тот факт, что для предприятий разработка и применение стратегий без отраслевой привязки невозможно.

Опыт наиболее экономически развитых как зарубежных, так и отечественных предприятий пищевой промышленности показывает, что победителем в конкурентной борьбе оказывается тот, кто строит свою деятельность преимущественно на основе стратегического плана развития и повышения конкурентоспособности.

Однако не существует единой стратегии повышения конкурентоспособности для всех предприятий и фирмы, т.к. каждое предприятие является уникальным и, следовательно, процесс выработки этой стратегии для каждого предприятия уникален. Он может зависеть от конкретной позиции предприятия на рынке, динамики его развития, ее научно-производственного потенциала, поведения конкурентов, характеристик производимой продукции (работ, услуг), состояния национальной экономики и многих других факторов, как внешнего, так и внутреннего характера. При этом, необходимо учитывать тот, факт, что стратегии развития предприятий пищевой промышленности традиционно основываются на эволюции развития концепций маркетинга, управление которыми целесообразно корректировать с учетом обстоятельств внешнего и внутреннего характера.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акимов А. И. Подходы к разработке стратегии развития предприятий пищевой промышленности // Молодой ученый. — 2018. — №29. — С. 44–46.
2. Батынова, А.А. Разработка комплекса мероприятий по совершенствованию качества продукции на предприятиях пищевой промышленности / А.А. Батынова, Р.В. Тарасов, Л.В. Макарова // Образование и наука в современном мире. Инновации, 2017.– № 2 (9).– С. 114–126.
3. Гармашов В.С. Стратегия обеспечения конкурентоспособности фирмы: Диссертация в виде науч. докл. на соискание ученой степени канд. экон. наук: 08.00.06./ Гармашов В.С. –СПб.: ЛГУ, 2015– 374 с.
4. Макарова, Л.В. Управление качеством и повышение конкурентоспособности продукции промышленных предприятий [Текст]: монография /Л.В. Макарова, Р.В. Тарасов.– Пенза: ПГУАС, 2015.–192 с.