

УДК 33.012.6

Генералова С.В.

Поволжский институт управления – филиал РАНХиГС, г. Саратов, Россия

СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. В статье рассматривается понятие конкурентного потенциала малого и среднего предприятия. С точки зрения системного подхода описана структура потенциала. Раскрыта сущность стратегии управления конкурентным потенциалом предприятий малого и среднего бизнеса. Показана роль государственной поддержки в формировании потенциала конкурентоспособности субъектов малого и среднего предпринимательства. Предложено применение метода "умного" бенчмаркинга в системе стратегического управления конкурентным потенциалом предприятий.

Ключевые слова: стратегия, конкурентный потенциал, малые и средние предприятия, государственная поддержка предпринимательства, бенчмаркинг.

Малые и средние предприятия, функционирующие в экономике играют особую роль в увеличении объема производства, расширении ассортимента продукции, оптимизации структуры экономики, росте занятости населения. Характерной особенностью функционирования субъектов малого и среднего предпринимательства является высокая степень риска достижения эффективного экономического результата деятельности, которая обусловлена многими факторами как внешней, так и внутренней среды. Практика показывает, что наиболее значимых результатов достигают малые и средние предприятия с высоким конкурентным потенциалом.

Конкурентный потенциал малого и среднего предприятия – это его потенциальная способность разрабатывать, производить, реализовывать конкурентоспособную продукцию, т.е. товары, превосходящие по качественно-ценовым характеристикам аналоги и пользующиеся более приоритетным спросом у потребителей. Как и любая система, конкурентный потенциал малого и среднего предприятия включает ряд взаимосвязанных структурных элементов от набора и взаимодействия которых зависят его уровень и эффективность функционирования. При рассмотрении структуры потенциала следует использовать ресурсно-функциональный подход, при котором его компонентами являются функциональные модификации ресурсов предприятия, выраженные в различных видах потенциалов. Все структурные элементы при взаимодействии оказывают влияние друг на друга и на конкурентный потенциал. Сила влияния каждого отдельного элемента на рост конкурентного потенциала различная и определяется как спецификой

рынка, так и особенностью деятельности самого предприятия. По нашему мнению, к наиболее значимым структурным элементам потенциала конкурентоспособности субъектов малого и среднего предпринимательства следует отнести технико-технологический, инновационный, трудовой, финансовый, организационно-управленческий, маркетинговый. Также, на конкурентоспособность предприятия малого и среднего предпринимательства в некоторых отраслях экономики большое влияние оказывает эффективное использование природно-ресурсного потенциала. Предприятия малого и среднего бизнеса, производящие экспортные поставки, должны наращивать свой внешнеэкономический потенциал, используя при этом стратегию ассортиментной и территориально-зональной диверсификации экспорта. Таким образом, при формировании конкурентного потенциала необходимо комплексно подходить к процессу управления всеми его компонентами с целью достижения синергетического эффекта.

Формированию конкурентного потенциала предприятия способствует разработка определенной стратегии управления, включающей комплекс мероприятий, направленных на обеспечение высокого уровня всех структурных элементов потенциала с учетом силы воздействия каждого из них на экономическую эффективность деятельности предприятия. Потенциал конкурентоспособности малых и средних предприятий отражает ориентацию и мобилизацию их возможностей на реализацию конкурентной стратегии и создание устойчивых конкурентных преимуществ.

Малое и среднее предпринимательство развивается в России с начала 90-х годов 20 века. Сектор малого предпринимательства сосредоточен в основном в сферах торговли и предоставления услуг населению. Средние предприятия в большей степени представлены в сферах с более высокой добавленной стоимостью – в обрабатывающей промышленности, строительстве, сельском хозяйстве.

В настоящее время правоотношения в сфере малого и среднего бизнеса регулируются такими основными законодательными актами как Гражданский кодекс РФ, Налоговый кодекс РФ, Федеральный закон от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации".

Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 г., утвержденная распоряжением Правительства РФ от 02.06.2016 г. № 1083-р, подготовленная в соответствии с Федеральным законом от 28.06.2014 г. № 172-ФЗ "О стратегическом планировании в Российской Федерации" ставит целью развитие сферы малого и среднего предпринимательства как одного из факторов, с одной стороны, инновационного развития и

улучшения отраслевой структуры экономики, а с другой стороны, - социального развития и обеспечения стабильно высокого уровня занятости [1].

Повышению потенциала конкурентоспособности малых и средних предприятий во многом способствует эффективное использование возможностей государственной поддержки предпринимательства. Субъектам малого и среднего бизнеса следует использовать возможности государственной поддержки в области осуществления непрерывного инновационно-инвестиционного процесса, так как ключевым фактором роста конкурентного потенциала предприятий является их способность к постоянному обновлению материально-технической и научно-технологической базы.

Одним из эффективных экономических инструментов развития технико-технологического потенциала предприятий малого и среднего бизнеса является инвестиционный кредит. Инвестиционное кредитование основано на предоставлении субсидий из бюджета на компенсацию части процентной ставки по инвестиционным кредитам, взятым на развитие предприятия [2].

Значимую роль в предоставлении финансово-кредитной поддержки субъектам малого и среднего бизнеса играет АО "Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства" (Корпорация МСП), созданная в 2015 г. Совместно с Министерством экономического развития Российской Федерации и Банком России Корпорация МСП реализует Программу стимулирования кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства, согласно которой данным субъектам предоставляются льготные кредиты в приоритетных отраслях экономики [3].

В системе кредитования предприятий малого и среднего бизнеса важную роль играет Акционерное общество "Российский Банк поддержки малого и среднего предпринимательства" (АО "МСП Банк"), который вошел в число уполномоченных банков, отобранных Министерством экономического развития Российской Федерации для участия в программе льготного кредитования малого и среднего предпринимательства до 2024 г. в рамках Национального проекта «Малый и средний бизнес и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы».

Свидетельством эффективной работы АО "МСП Банк" в области развития малого и среднего предпринимательства является открытие кредитной линии ООО "БИОПРОДМАШ", производителю нерастворимого пищевого волокна, на сумму 46 млн. руб. сроком на 7 лет как микропредприятию. Предоставленные средства компания направила на реализацию инвестиционного проекта по строительству

завода по переработке целлюлозы в поселке Крестцы Новгородской области [4].

С целью повышения конкурентного потенциала малых и средних предприятий в аграрном секторе экономики целесообразно использовать возможности государственной поддержки в форме грантов на развитие семейных животноводческих ферм, начинающих фермеров, материально-технической базы сельскохозяйственных потребительских кооперативов [5].

Разработке эффективных стратегий управления конкурентным потенциалом малых и средних предприятий во многом способствует применение инновационного инструментария "умного" бенчмаркинга.

Метод бенчмаркинга был разработан с целью повышения конкурентоспособности компаний. Данный метод основан на непрерывном процессе изучения и оценки лучших практик в других организациях с целью использования полученной информации для принятия эффективных управленческих решений для улучшения работы своей организации [6].

Следует отличать "упрощенный" бенчмаркинг от "умного" бенчмаркинга. Идея "умного" бенчмаркинга основана на том, что не все анализируемые предприятия по объективным причинам способны достичь показателей развития предприятий-лидеров в обозримой перспективе. Поэтому при формировании потенциала конкурентоспособности малых и средних предприятий с использованием инструмента "умного" бенчмаркинга необходимо произвести предварительную оценку объекта-эталона на предмет его схожести с анализируемым объектом [7]. Таким образом, «умный» бенчмаркинг предполагает разработку стратегии управления конкурентным потенциалом предприятия на основе сравнения его с предприятиями-лидерами, имеющими схожие условия функционирования.

Формирование конкурентного потенциала с использованием метода "умного" бенчмаркинга включает ряд последовательных этапов:

1. Этап поиска и предварительной оценки аналогичных предприятий-эталонов, которые должны иметь на фоне идентичных условий функционирования более высокие показатели деятельности.

2. Этап сбора репрезентативной информации согласно заранее сформированной научно обоснованной системе показателей. Также, на данном этапе необходимо определить источники информации и методы ее сбора.

3. Этап сравнения фактических показателей развития анализируемого предприятия с показателями предприятия-эталона. Суть третьего этапа заключается в определении причин более высоких результатов деятельности предприятия-эталона, изучении его лучших практик.

4. Этап разработки стратегических приоритетов повышения конкурентного потенциала анализируемого предприятия.

В рамках работы по реализации стратегии управления потенциалом конкурентоспособности предприятия важным этапом является осуществление мониторинга и контроля. Мониторинг реализации стратегии включает сбор и анализ информации на основе которой производится сравнение значений плановых и фактических показателей. При осуществлении контроля за эффективностью реализации стратегии необходимо произвести оценку достижения поставленных целей.

Таким образом, при разработке стратегии управления конкурентным потенциалом предприятий малого и среднего бизнеса необходимо, во-первых, комплексно подходить к процессу управления всеми его структурными элементами с целью достижения синергетического эффекта, во-вторых, оптимально использовать возможности государственной поддержки развития малого и среднего предпринимательства, в-третьих, применять инновационные методы формирования конкурентного потенциала, одним из которых является "умный" бенчмаркинг.

Библиографический список

1. Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 г. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_199462/f3fa9da4fab9fba49fc9e0d938761ccffdd288bd (Дата обращения 15.04.2019).
2. Генералова С.В. Экономические инструменты роста инвестиционной активности в регионе/ Сб. научных трудов II Всероссийской научно-практической конференции "Региональная власть, местное самоуправление и гражданское общество: механизмы взаимодействия. Саратов: ПИУ им. П.А. Столыпина. 2018. С.160-163.
3. Сайт Корпорации МСП. URL: <https://corpmsp.ru/about/> (Дата обращения 13.04.2019).
4. Сайт МСП БАНК. URL: <https://www.mspbank.ru/> (Дата обращения 13.04.2019).
5. Генералова С.В. Направления государственной поддержки малых форм хозяйствования в сельском хозяйстве / Островские чтения. Саратов: Институт аграрных проблем РАН. 2015. С.89-93
6. Харрингтон Х.Дж., Харрингтон Дж.С. Бенчмаркинг в лучшем виде!/Пер. с англ. под ред. Б. Резниченко. СПб.: Питер. 2004.
7. Дубровская Ю.В., Кудрявцева М.Р., Козоногова Е.В. «Умный» бенчмаркинг как основа стратегического планирования регионального развития//Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2018. Т. 11. № 3. С. 100–116.

Generalova S. V.

Strategy for managing the competitive potential of small and medium enterprises

Abstract. The article discusses the concept of the competitive potential of small and medium enterprises. From the point of view of the system approach the structure of potential is described. The essence of the strategy of managing the

competitive potential of small and medium-sized businesses is revealed. The role of state support in the formation of the potential of competitiveness of small and medium-sized businesses is shown. The application of the method of “smart” benchmarking in the system of strategic management of the competitive potential of enterprises has been proposed.

Keywords: strategy, competitive potential, small and medium enterprises, state support of entrepreneurship, benchmarking.