

На правах рукописи

Трунов Александр Олегович

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
МЕХАНИЗМ КОНКУРЕНТНОГО РАЗВИТИЯ
МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Специальность 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством
(экономика, организация и управление предприятиями, отраслями,
комплексами - промышленность)

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук

Нижний Новгород
2012

**Работа выполнена в Государственном образовательном учреждении
высшего профессионального образования «Нижегородский
государственный университет им. Н.И. Лобачевского»**

- Научный консультант: Трифонов Юрий Васильевич
доктор экономических наук, профессор, зав.
кафедрой «Экономическая информатика»
ФГБОУ ВПО «Нижегородский государственный
университет имени Н.И. Лобачевского»
- Официальные оппоненты: Коробейников Олег Павлович
Заслуженный деятель науки РФ,
доктор экономических наук, профессор, зав
кафедрой «Недвижимость, инвестиции,
консалтинг и анализ» ФГБОУ ВПО
«Нижегородский государственный архитектурно
– строительный университет»
- Визгунов Александр Николаевич кандидат
экономических наук, доцент
доцент кафедры Информационных систем и
технологий Нижегородского филиала Высшей
Школы Экономики
- Ведущая организация: ФГБОУ ВПО «Нижегородский государственный
технический университет им. Р.Е. Алексеева»

Защита состоится 24 мая 2012 года в 12 часов на заседании диссертационного совета Д. 212.166.03 при ГОУ ВПО «Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского» по адресу: 603000, г. Нижний Новгород, ул. Большая Покровская, 60, экономический факультет, ауд. 512.

С диссертацией можно ознакомиться в фундаментальной библиотеке Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, с авторефератом - на официальном сайте ВАК России <http://vak.ed.gov.ru>

Автореферат разослан «24» апреля 2012 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета

Ю.А. Лебедев

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Обеспечение конкурентоспособности отечественных машиностроительных предприятий является одной из наиболее важных стратегических задач, стоящих перед российской экономикой. Машиностроение – одна из ведущих отраслей промышленного производства, влияющая на развитие других сфер хозяйственной деятельности и отражающая уровень научно-технического состояния и обороноспособности страны. На долю машиностроения приходится 25-35% ВВП и примерно столько же от общей численности занятых в экономике. Данный факт говорит о чрезвычайной стратегической значимости промышленного сектора для российской экономики. Следовательно, обеспечение конкурентоспособности промышленных предприятий имеет также огромное социальное значение.

В современных условиях перед российскими предприятиями машиностроения стоит задача обеспечения устойчивого роста, основанного на новой модели стратегического развития, обеспечивающей повышение конкурентоспособности.

В то же время на отечественных машиностроительных предприятиях существует ряд серьезных проблем, в числе которых низкая производительность труда, недостаточный объем инвестиций в развитие производства и НИОКР, устаревшие производственные фонды, неразвитость системы стратегического управления. Мировой экономический кризис 2008-2009 годов ещё больше усугубил эти проблемы отечественного машиностроения, а вступление России в ВТО требует проведения структурно-качественных преобразований, направленных на обеспечение конкурентоспособности машиностроительных предприятий.

Исследования проблем обеспечения конкурентоспособности предприятий проводились в нашей стране и за рубежом в течение многих лет. Так, изучению различных аспектов оценки и формирования конкурентоспособности посвящены работы таких зарубежных экономистов, как Ансофф И., Бранденбургерер А.М., Вирсема Ф., Друкер П., Мур Дж.Ф., Портер М., Прахалад К.К., Треси М., Хэмел Г.

В работах таких российских авторов, как Азоев Г.Л., Беляевский И.К., Голубков Е.П., Гумба Х.М, Фатхутдинов Р. А., Челенков А.П., Чепаченко Н.В., и др., проработаны вопросы классификации конкурентных преимуществ, оценки конкурентоспособности товаров и предприятий, разработки стратегий повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов.

Определенный вклад в развитие теоретических вопросов по отдельным направлениям проблемы внесли и нижегородские ученые: И.И. Бажин, В.Я. Захаров, Д.А. Корнилов, О.П. Коробейников, Ю.П. Морозов, Н.Ф. Пермичев, А.Ф. Плеханова, Ю.В. Трифонов, Ф.Е. Удалов, Ф.Ф. Юрлов, С.Н. Яшин и многие другие.

Тем не менее, несмотря на значительный объем исследований и публикаций, а также растущий с каждым годом интерес со стороны ученых и специалистов к вопросам разработки стратегий конкурентного развития предприятий, приходится констатировать, что в целом в отечественной литературе данная проблема остается до конца нерешенной.

В частности, вопросы формирования и выбора стратегий конкурентного развития предприятий рассматриваются в большинстве работ фрагментарно и в основном носят общий характер. Отсутствие комплексного подхода к

разработке стратегий затрудняет выбор эффективных вариантов развития машиностроительных предприятий.

Все вышесказанное обусловило необходимость постановки цели и задач диссертационной работы.

Цель диссертационной работы состоит в разработке организационно-экономического механизма конкурентного развития машиностроительных предприятий.

Достижение поставленной цели обусловило необходимость решения следующих задач:

- выявить факторы и определить ключевые функции, предопределяющие конкурентоспособность отечественных машиностроительных предприятий;
- сформировать принципы развития конкурентоспособности отечественных машиностроительных предприятий;
- разработать методику оценки конкурентоспособности предприятий машиностроения;
- предложить стратегии конкурентного развития и технологию их выбора на основе формализованной системы показателей;
- разработать комплекс рекомендаций по реализации стратегий конкурентного развития машиностроительных предприятий.

Объектом исследования являются предприятия машиностроительного комплекса, в том числе и предприятия Нижегородской области.

Предметом исследования – система научных положений, принципы и методы формирования стратегий конкурентного развития машиностроительных предприятий.

Теоретической и методологической основой диссертационного исследования являются научные труды отечественных и зарубежных ученых, посвященные проблемам разработки стратегий развития предприятий.

Исследование основано на принципах системного подхода с использованием широкого спектра общенаучных методов и приемов, среди которых следующие: методы сравнительного, корреляционного анализа, группировки данных, экспертные оценки, экономический, и логический анализ, методы стратегического планирования и управления, классификация и типология, и др.

Информационно-фактологической базой исследования послужили нормативно-правовые акты РФ; данные официальной статистики РФ, представленные в материалах и справочниках Федеральной службы государственной статистики; отчетные данные по отдельным предприятиям; научные публикации; материалы периодических изданий и сети Интернет.

Исследование выполнено по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – промышленность) – п. 1.1.4. «Инструменты внутрифирменного и стратегического планирования на промышленных предприятиях, отраслях и комплексах», п. 1.1.15. «Теоретические и методологические основы эффективности развития предприятий, отраслей и комплексов народного хозяйства» Паспорта специальностей ВАК (экономические науки).

Научная новизна исследования заключается в разработке научно-практических положений по формированию стратегий конкурентного развития машиностроительных предприятий.

В соответствии с этим:

- выявлены основные функции и ключевые функциональные области управления машиностроительными предприятиями, предопределяющие развитие их конкурентоспособности: «производство», «маркетинг», «сбыт», «финансы», «персонал», «инновации», «снабжение»;

- обоснованы принципы формирования и развития конкурентоспособности машиностроительных предприятий: повышения рентабельности производства; активизации маркетинга; контроля над каналами сбыта; эффективного обеспечения и использования финансовых ресурсов организации; наиболее полного использования человеческих ресурсов, инновационного развития, формирования эффективной цепи поставок. Определены управленческие инструменты, направленные на реализацию этих принципов;

- предложены показатели и методика оценки конкурентоспособности машиностроительных предприятий, которая основывается на исследовании уровня превосходства над конкурентами по имеющимся ресурсам и умениям в ключевых функциональных областях управления;

- разработана технология выбора стратегии конкурентного развития машиностроительного предприятия, основанная на построении матрицы: «превосходство по ресурсам – превосходство по умениям»;

- разработана методика реализации организационно-экономического механизма конкурентного развития машиностроительного предприятия. Определены цели, условия, инструменты и организационный подход осуществления конкурентных стратегий развития машиностроительных предприятий: контрактное производство, развития инноваций, интегрированного роста и консолидации в отрасли, сокращения и реструктуризации.

Практическая значимость работы определяется возможностью широкого использования теоретико-методологических положений и практических рекомендаций при разработке конкурентных стратегий развития на предприятиях машиностроения.

Достоверность полученных научных результатов обеспечивается использованием в исследовании научных методов, полнотой проведенного анализа теоретических разработок, положительной оценкой на научных семинарах и конференциях, практической проверкой и внедрением результатов исследования на машиностроительных предприятиях.

Апробация результатов исследования. Основные положения и практические результаты исследования докладывались и были одобрены на:

– III межвузовской научно-практической конференции преподавателей, ученых, специалистов, аспирантов, студентов «Актуальные вопросы развития экономики России: теория и практика» (Нижний Новгород, 2005 г.);

– V Международной научно-практической конференции «Государственное регулирование экономики. Региональный аспект» (Нижний Новгород, 2005 г.);

– Межрегиональной научно-практической конференции «Дополнительное профессиональное образование руководителей и специалистов строительной отрасли в условиях инновационных преобразований экономики в посткризисный период» (Нижний Новгород, 2011 г.);

– IX Международной научно-практической конференции «Промышленное развитие России: проблемы, перспективы» (Нижний Новгород, 2011 г.)

Разработанные методики, рекомендации, предложения, изложенные в диссертации, прошли апробацию и внедрены на машиностроительных предприятиях Нижегородской области, в том числе на ОАО «Нижегородский машиностроительный завод» и ООО «Нижегородская индустриальная компания».

Кроме того, разработанные рекомендации могут быть использованы руководителями и специалистами других предприятий машиностроения для формирования стратегий конкурентного развития.

Научные результаты диссертационного исследования внедрены в учебный процесс на экономическом факультете Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского при преподавании экономических дисциплин «Стратегическое планирование».

Публикации. По результатам исследования опубликовано 12 научных работ, общим объемом 3 п.л., в том числе 3 работы в научных изданиях, входящих в перечень, рекомендуемый ВАК Министерства образования и науки РФ.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, включающего 150 наименований. Структура диссертации обусловлена логикой исследования проблемы, определена характером цели и задач исследования.

Во введении обоснована актуальность темы исследования, анализируется состояние разработанности проблемы, определены цель, задачи, объект и предмет исследования, методологическая и теоретическая база исследования, теоретическая и практическая значимость выполненной работы, приводятся данные об апробации и практическом внедрении полученных в ней результатов.

В первой главе «Проблемы и подходы обеспечения конкурентоспособности машиностроительных предприятий», раскрыты понятийно-терминологические конструкции категорий «конкуренция», «конкурентоспособность», выявлены проблемы и факторы, определяющие развитие машиностроительных предприятий на современном этапе; систематизированы существующие теоретико-методологические подходы к оценке конкурентоспособности и формированию стратегий развития предприятий в современных условиях.

Во второй главе «Формирование организационно-экономического механизма конкурентного развития машиностроительного предприятия» обоснованы принципы развития конкурентоспособности машиностроительных предприятий, разработана методика оценки конкурентоспособности таких предприятий, основанная на определении наличия и уровня конкурентных преимуществ в ключевых для предприятия функциональных областях. Показана технология выбора стратегии конкурентного развития машиностроительного предприятия.

В третьей главе «Реализация разработок и оценка их экономической эффективности» представлен алгоритм реализации организационно-экономического механизма конкурентного развития машиностроительного предприятия, предложены модели реализации стратегий конкурентного

развития предприятий машиностроения и рассмотрена апробация организационно-экономического механизма конкурентного развития на конкретных машиностроительных предприятиях.

В заключении подведены итоги диссертационного исследования, сформулированы выводы и наиболее значимые результаты.

II. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

1. Выявлены основные функции и ключевые функциональные области управления машиностроительными предприятиями, предопределяющие развитие их конкурентоспособности: «производство», «маркетинг», «сбыт», «финансы», «персонал», «инновации», «снабжение».

Современные условия функционирования отечественных машиностроительных предприятий прежде всего проявляются в интенсификации конкуренции. Производителям необходимо поддерживать конкурентоспособность на должном уровне в сравнении с мировыми лидерами.

Предприятие реализует ряд взаимосвязанных функций, каждая из которых в разной степени влияет на уровень его конкурентоспособности. Представляется целесообразным исследовать степень влияния различных функций на некоторые результативные показатели и выбрать те функции, у которых эта степень будет максимальной. Для этого использован метод корреляционного анализа: проведена оценка степени корреляции между указанными элементами. В качестве переменных, количественно отражающих реализацию функций предприятия и результаты его деятельности, использованы, в соответствии с методологией статистического анализа, стандартные статистические коэффициенты. В качестве результативных показателей выбраны две переменные – «сальдированный финансовый результат деятельности организации» и «благоприятная оценка ситуации в организации».

По имеющимся статистическим данным в IBM SPSS Statistics 20 рассчитаны корреляции по Пирсону. В результате анализа определены 20 переменных, сильно коррелирующих с зависимыми переменными (таблица 1).

Таблица 1 – Результаты корреляционного анализа по переменным, корреляция которых с хотя бы одной из зависимых переменных является статистически значимой

Показатели		Корреляции с переменной «сальдированный финансовый результат»	Корреляции с переменной «благоприятная оценка ситуации в организации»
1. доля затрат на сырье и материалы в структуре себестоимости	r	-,630*	-,470
	p	,014	,124
2. доля издержек обращения в совокупных издержках	r	-,517*	-,230*
	p	,036	,043
3. доля рынка	r	,909**	,940**
	p	,000	,000
4. инновационная активность	r	,520*	,860**
	p	,027	,009
5. интегральный показатель	r	,916**	,890**

конкурентоспособности продукции	p	,000	,003
6. количество реализованных маркетинговых инноваций	r	,685*	,783*
	p	,024	,018
7. количество реализованных организационных инноваций	r	,758*	,692*
	p	,019	,024
8. коэффициент автономии	r	,735*	,873**
	p	,011	0,009
9. коэффициент внедрения инноваций	r	,710**	,961**
	p	,010	,000
10. коэффициент использования среднегодовой мощности	r	0,537*	0,689*
	p	,029	,024
11. коэффициент текучести кадров	r	-,865**	-,567*
	p	,009	,030
12. коэффициент текущей ликвидности	r	,903**	,899**
	p	,000	,000
13. производительность труда	r	,874**	,907**
	p	,000	,000
14. рентабельность собственного капитала	r	,741**	,689*
	p	,006	,013
15. рентабельность продаж	r	,793**	,856**
	p	,004	,002
16. себестоимость продукции	r	-,969**	-,850**
	p	,000	,000
17. совокупные затраты на инновационную деятельность	r	0,19	0,630*
	p	,096	,017
18. среднегодовой товарооборот	r	,987**	,875**
	p	,000	,001
19. средний уровень заработной платы	r	,450*	,777*
	p	,043	,012
20. удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг	r	,760**	,903**
	p	,005	,000
21. уровень запасов сырья и материалов	r	,764*	,853**
	p	,014	,009
22. эффективность затрат на маркетинг	r	,620*	,890**
	p	,014	,008
<p>r – коэффициент корреляции Пирсона; p – вероятность ошибки, соответствующая предположению о ненулевой корреляции, округленная до тысячных; ** – корреляция значима на уровне 0.01 (2-сторон.); * – корреляция значима на уровне 0.05 (2-сторон.).</p>			

Для выявленных показателей идентифицированы управленческие функции (таблица 2).

Таблица 2 – Результаты поиска соответствия между выделенными ключевыми статистическими показателями и функциями предприятия

Показатели	Соответствующие функции предприятия
доля затрат на сырье и материалы в структуре себестоимости	оптимизация затрат на сырье и материалы
доля издержек обращения в совокупных издержках	минимизация издержек обращения
доля рынка	сохранение и расширение присутствия на рынке
инновационная активность	активная инновационная деятельность
интегральный показатель конкурентоспособности продукции	обеспечение предпочтения продукции потребителем
количество реализованных маркетинговых инноваций	реализация маркетинговых инноваций
количество реализованных организационных инноваций	реализация организационных инноваций
коэффициент автономии	самофинансирование
коэффициент внедрения инноваций	модернизация и внедрение новых технологий
коэффициент использования среднегодовой мощности	высокая и равномерная загрузка производительных мощностей
коэффициент текучести кадров	мотивация сотрудников на работу в организации
коэффициент текущей ликвидности	повышение платежеспособности
производительность труда	максимизация производительности труда
рентабельность продаж	максимизация прибыли
рентабельность собственного капитала	эффективное использование собственного капитала
себестоимость продукции	минимизация себестоимости продукции
совокупные затраты на инновационную деятельность	осуществление вложений в инновационную деятельность
среднегодовой товарооборот	увеличение товарооборота
средний уровень заработной платы	поддержание на надлежащем уровне материального обеспечения трудового коллектива
удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг	постоянное обновление выпускаемой продукции
уровень запасов сырья и материалов	поддержание оптимального уровня запасов сырья и материалов
эффективность затрат на маркетинг	максимизация эффективности затрат на маркетинг

Идентифицированные управленческие функции сгруппированы в ключевые функциональные области управления машиностроительного предприятия: «производство», «маркетинг», «сбыт», «финансы», «персонал», «инновации», «снабжение» (рисунок 1).



Рисунок 1 – Ключевые функции и функциональные области управления, предоопределяющие развитие конкурентоспособности машиностроительного предприятия

Таким образом, результаты корреляционного анализа показали, что конкурентоспособность отечественных машиностроительных предприятий, предоопределяется не только эффективным функционированием маркетинга и сбыта (как это рассматривается в маркетинговом подходе обеспечения конкурентоспособности предприятий), но и целым комплексом функциональных областей: производство, снабжение, финансовый менеджмент, инновации, управление персоналом. В связи с этим, формирование стратегий конкурентного развития предприятий должно базироваться на комплексном подходе, который предполагает интеграцию ресурсов и умений в функциональных областях менеджмента для формирования конкурентных преимуществ исследуемых хозяйствующих субъектов.

2. Обоснованы принципы формирования и развития конкурентоспособности машиностроительных предприятий: повышения рентабельности производства; активизации маркетинга; контроля над каналами сбыта; эффективного обеспечения и использования финансовых ресурсов организации; наиболее полного использования человеческих ресурсов, инновационного развития, формирования эффективной цепи поставок. Определены управленческие инструменты, направленные на реализацию этих принципов.

С целью реализации комплексного подхода к развитию конкурентоспособности машиностроительных предприятий, разработаны принципы, направленные на решение проблем и формирование конкурентных

преимуществ в каждой из функциональных областей управления: «производство», «маркетинг», «сбыт», «финансы», «персонал», «инновации», «снабжение». Такими принципами являются:

- принцип повышения рентабельности производства - подразумевает обеспечение высоких показателей рентабельности производства за счет реализации сбалансированной производственной программы, а так же повышения эффективности производственных процессов. Инструментами реализации этого принципа являются: внедрение производственных систем, инструментов бережливого производства, производственный аутсорсинг и инсорсинг;

- принцип активизации маркетинга - предполагает, что маркетинг является исходным пунктом при составлении планов НИОКР, производственных планов и др. Реализация этого принципа предполагает использование маркетингового инструментария: ценовая, товарная, распределительная и коммуникационная стратегии;

- принцип контроля над каналами сбыта - предполагает формирование эффективных каналов сбыта за счет корпоративного или договорного контроля над ними. К основным инструментам реализации этого принципа следует отнести: вертикальные маркетинговые системы, франчайзинг, дилерские соглашения;

- принцип эффективного обеспечения и использования финансовых ресурсов организации – предполагает оптимизацию и диверсификацию источников финансирования производственных программ и инновационных проектов предприятий. Реализуется на основе инструментов: just in time, IPO, лизинг, факторинг;

- принцип наиболее полного использования человеческих ресурсов в организации – предполагает развитие и реализацию интеллектуальных ресурсов персонала, проявление инициативы в трудовом процессе, а так же развитие производственной культуры. Основными инструментами его реализации являются: корпоративные мотивационные системы, управление организационной культурой;

- принцип инновационного развития предприятия - предполагает разработку и внедрение конкурентоспособных технологий, продуктов и инструментов менеджмента на предприятии. Инструментами реализации данного принципа являются: бюджеты на НИОКР, кайдзен, трансфер инноваций, маркетинговая поддержка инновационных проектов;

- принцип формирования эффективной цепи поставок – предполагает обеспечение основного производства конкурентоспособными компонентами по конкурентоспособной цене. Реализация этого принципа может быть основана на таких инструментах, как: формирование закупочных альянсов, оптимизация товаро-материальных запасов, диверсификация поставщиков.

Реализация этих принципов позволит получить конкурентные преимущества во всех функциональных областях управления на предприятии, обеспечить ему стабильное направленное развитие.

3. Предложены показатели и методика оценки конкурентоспособности машиностроительных предприятий, которая основывается на исследовании уровня превосходства над конкурентами по имеющимся ресурсам и умениям в ключевых функциональных областях управления.

Конкурентоспособность предприятия определяется на основании наличия у него конкурентных преимуществ – значимых в аспекте предпринимательской деятельности параметров, по которым предприятие опережает конкурентов. В литературе рассматриваются конкурентные преимущества двух видов: «превосходство в умении» и «превосходство в ресурсах». Первая группа представлена показателями, характеризующими деятельность предприятия в сфере маркетинга, сбыта и инноваций: эффективность работы отделов маркетинга и сбыта в целом, наличие ноу-хау в исследованиях и проектировании, умение организовать стимулирование сбыта, инициативность всех звеньев производственно-сбытовой деятельности. Превосходство в ресурсах определяется следующими факторами: доступ к сырью, энергии и комплектующим, финансы, кадровый состав и его квалификация; производственные возможности, требующие небольших затрат; наличие развитой системы научно-технического, производственного, коммерческого сотрудничества.

Следовательно, оценку конкурентоспособности предприятия машиностроительного комплекса целесообразно производить на основе определения наличия и уровня конкурентных преимуществ в ключевых для него функциональных областях – как по ресурсам, так и по умениям. Этого, в свою очередь, можно достичь на основе сопоставления ключевых показателей функционирования предприятия с аналогичными показателями конкурентов. Этот тезис лег в основу разработанной диссертантом методики определения уровня конкурентоспособности предприятия, общая схема которой представлена на следующем рисунке.

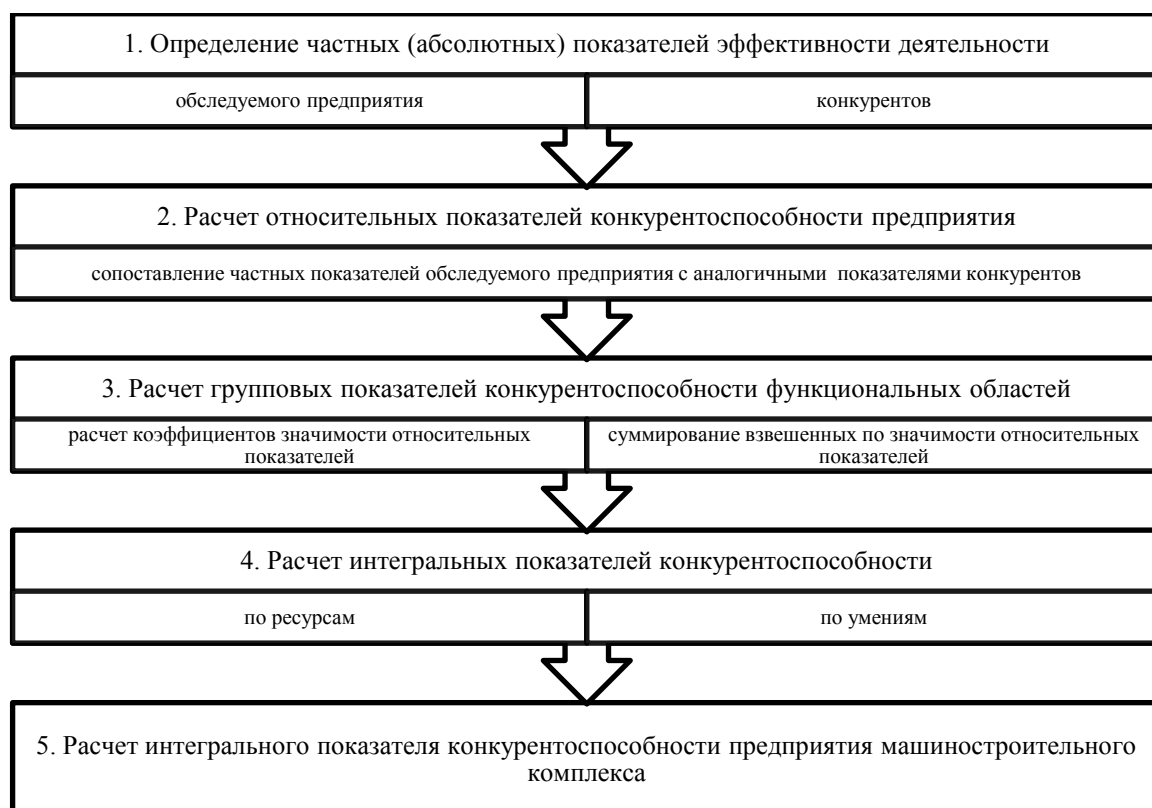


Рисунок 2 – Схема реализации методики определения уровня конкурентоспособности предприятия

Методика основана на расчёте ключевых для конкурентоспособности предприятия показателей его деятельности, выявленных в ходе корреляционного анализа и на дальнейшем сопоставлении их с аналогичными показателями конкурентов в соответствии со следующей формулой:

$$i_j = \frac{x_{j \text{ предпр.}}}{x_{j \text{ конк.}}}, \quad (1)$$

где i_j – относительный показатель конкурентоспособности предприятия по j -тому параметру;

$x_{j \text{ предпр.}}$ – j -тый параметр обследуемого предприятия;

$x_{j \text{ конк.}}$ – j -тый параметр конкурента.

Далее рассчитываются групповые показатели конкурентоспособности каждой из семи выделенных функциональных областей – как сумма взвешенных по значимости относительных показателей, соответствующих конкретной функциональной области.

Необходимость взвешивания показателей по значимости определяется тем, что для каждого предприятия в разных условиях разные показатели будут оказывать неодинаковое воздействие на уровень конкурентоспособности.

Расчет коэффициентов значимости относительных показателей можно осуществить двумя способами: с помощью метода экспертных оценок или на основе корреляционного анализа.

При наличии достаточной информационной базы и относительной стабильности внешней и внутренней сред предприятия предпочтителен корреляционный анализ. Этот метод достаточно прост в реализации, по сравнению с экспертными оценками требует меньших финансовых, человеческих и временных затрат, исключает субъективизм и предъявляет не столь высокие требования к уровню квалификации аналитика. Для определения весовых коэффициентов значимости показателей в этом случае достаточно провести анализ их (показателей) корреляций с результативными переменными. После этого коэффициенты значимости показателей (для каждой функциональной области) можно рассчитать по доле соответствующих коэффициентов корреляции в накопленной сумме:

$$k_j = \frac{r_j}{\sum_{j=1}^m r_j}, \quad (2)$$

где k_j – весовой коэффициент значимости j -того показателя;

r_j – коэффициент корреляции j -того показателя с результативной переменной;

m – количество показателей, входящих в анализируемую функциональную область;

$\sum_{j=1}^m r_j$ – итоговая сумма коэффициентов корреляции всех показателей, входящих в анализируемую функциональную область.

Но при отсутствии достаточного для проведения корреляционного анализа объема накопленной статистики или в случае произошедших либо ожидаемых резких изменений во внешней среде или политике предприятия для

определения весовых коэффициентов значимости показателей следует воспользоваться методом экспертных оценок.

В качестве экспертов могут выступать наиболее компетентные сотрудники предприятия из разных функциональных областей.

Все отобранные показатели оцениваются экспертами по 10-балльной шкале на предмет степени важности каждого показателя. После этого рассчитывается вес каждого показателя как отношение суммы его оценок к итоговой сумме оценок всех показателей, входящих в анализируемую функциональную область.

Таким образом, групповые показатели конкурентоспособности функциональных областей рассчитываются по следующим формулам:

$$I_{np} = k_1 K_{um} + k_2 C_{np}, \quad (3)$$

где I_{np} – индекс конкурентоспособности функциональной области «производство»;

K_{um} – относительный показатель использования среднегодовой мощности;

C_{np} – относительный показатель себестоимости продукции.

$$I_{фин} = k_3 K_{авт} + k_4 K_{рентСК} + k_5 K_{мл}, \quad (4)$$

где $I_{фин}$ – индекс конкурентоспособности функциональной области «финансы»;

$K_{авт}$ – относительный показатель автономии;

$K_{рентСК}$ – относительный показатель рентабельности собственного капитала;

$K_{мл}$ – относительный показатель текущей ликвидности.

$$I_{пер} = k_6 K_{np.тр.} + k_7 K_{т.к.} + k_8 Z_n, \quad (5)$$

где $I_{пер}$ – индекс конкурентоспособности функциональной области «персонал»;

$K_{np.тр.}$ – относительный показатель производительности труда;

$K_{т.к.}$ – относительный показатель текучести кадров;

Z_n – относительный показатель средней заработной платы.

$$I_m = k_9 D_p + k_{10} K_{np} + k_{11} Э_m, \quad (6)$$

где I_m – индекс конкурентоспособности функциональной области «маркетинг»;

D_p – относительная доля рынка;

K_{np} – относительный показатель конкурентоспособности продукции;

$Э_m$ – относительная эффективность затрат на маркетинг.

$$I_{сб} = k_{12} K_{рент} + k_{13} T_{об} + k_{14} Z_{обр}, \quad (7)$$

где $I_{сб}$ – индекс конкурентоспособности функциональной области «сбыт»;

$K_{рент}$ – относительный показатель рентабельности продаж;

$T_{об}$ – относительный показатель среднегодового товарооборота;
 $Z_{обр}$ – относительная доля издержек обращения в совокупных издержках.

$$I_{иннов} = k_{15}I_a + k_{16}I_m + k_{17}I_o + k_{18}K_{в.и.} + k_{19}Z_u + k_{20}I_{тов}, \quad (8)$$

где $I_{иннов}$ – индекс конкурентоспособности функциональной области «инновации»;

I_a – относительная инновационная активность;

I_m – относительное количество реализованных маркетинговых инноваций;

I_o – относительное количество реализованных организационных инноваций;

$K_{в.и.}$ – относительный показатель внедрения инноваций;

Z_u – относительные совокупные затраты на инновационную деятельность;

$I_{тов}$ – относительный удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг.

$$I_{сн} = k_{21}Z_m + k_{22}Z, \quad (9)$$

где $I_{сн}$ – индекс конкурентоспособности функциональной области «снабжение»;

Z_m – относительная доля затрат на сырье и материалы в структуре себестоимости;

Z – относительный уровень запасов сырья и материалов.

Полученные показатели конкурентоспособности функциональных областей группируются по категориям умений и ресурсов и, будучи взвешенными по значимости, суммируются. В результате получаем два интегральных показателя, характеризующих превосходство предприятия над конкурентами по умениям и по ресурсам:

$$КСПП_{ум} = k_{сб}I_{сб} + k_m I_m + k_{иннов} I_{иннов} \quad (10)$$

где $КСПП_{ум}$ – показатель конкурентоспособности предприятия по умениям;

$I_{сб}$, I_m , $I_{иннов}$ – соответственно индексы конкурентоспособности предприятия по функциональным областям, входящим в категорию «превосходство в умении» (сбыт, маркетинг, инновации);

$k_{сб}$, k_m , $k_{иннов}$ – весовые коэффициенты значимости функциональных областей, входящих в категорию «превосходство в умении» (сбыт, маркетинг, инновации) для конкурентоспособности предприятия по умениям.

$$КСПП_{рес} = k_{пр}I_{пр} + k_{фин}I_{фин} + k_{пер}I_{пер} + k_{сн}I_{сн} \quad (11)$$

где $КСПП_{рес}$ – показатель конкурентоспособности предприятия по ресурсам;

$I_{пр}$, $I_{фин}$, $I_{пер}$, $I_{сн}$ – соответственно индексы конкурентоспособности предприятия по функциональным областям, входящим в категорию «превосходство в ресурсах» (производство, финансы, персонал, снабжение);

$k_{пр}$, $k_{фин}$, $k_{пер}$, $k_{сн}$ – весовые коэффициенты значимости функциональных областей, входящих в категорию «превосходство в ресурсах» (производство,

финансы, персонал, снабжение) для конкурентоспособности предприятия по ресурсам.

Расчет используемых в формулах весовых коэффициентов значимости функциональных областей k производится в целом по аналогии с расчетами, рассмотренными на третьем этапе реализации данной методики, с некоторыми необходимыми модификациями.

Общий интегральный показатель конкурентоспособности предприятия машиностроительного комплекса $КСП$ включает в себя показатели конкурентоспособности по ресурсам и по умениям и рассчитывается по следующей формуле:

$$КСП = k_{np}I_{np} + k_{cb}I_{cb} + k_m I_m + k_{фин}I_{фин} + k_{пер}I_{пер} + k_{иннов}I_{иннов} + k_{сн}I_{сн} \quad (12)$$

Интегральный показатель конкурентоспособности предприятия машиностроительного комплекса используется как самостоятельный аналитический показатель и подлежит оценке в аспекте его динамики. Определение уровня конкурентоспособности предприятия по ресурсам и умениям является основой для выработки стратегии его (предприятия) развития.

4. Разработана технология выбора стратегии конкурентного развития машиностроительного предприятия, основанная на построении матрицы: «превосходство по ресурсам – превосходство по умениям».

В зависимости от уровней конкурентоспособности по ресурсам и конкурентоспособности по умениям диссертантом предлагаются различные стратегии развития машиностроительного предприятия (рис. 3).

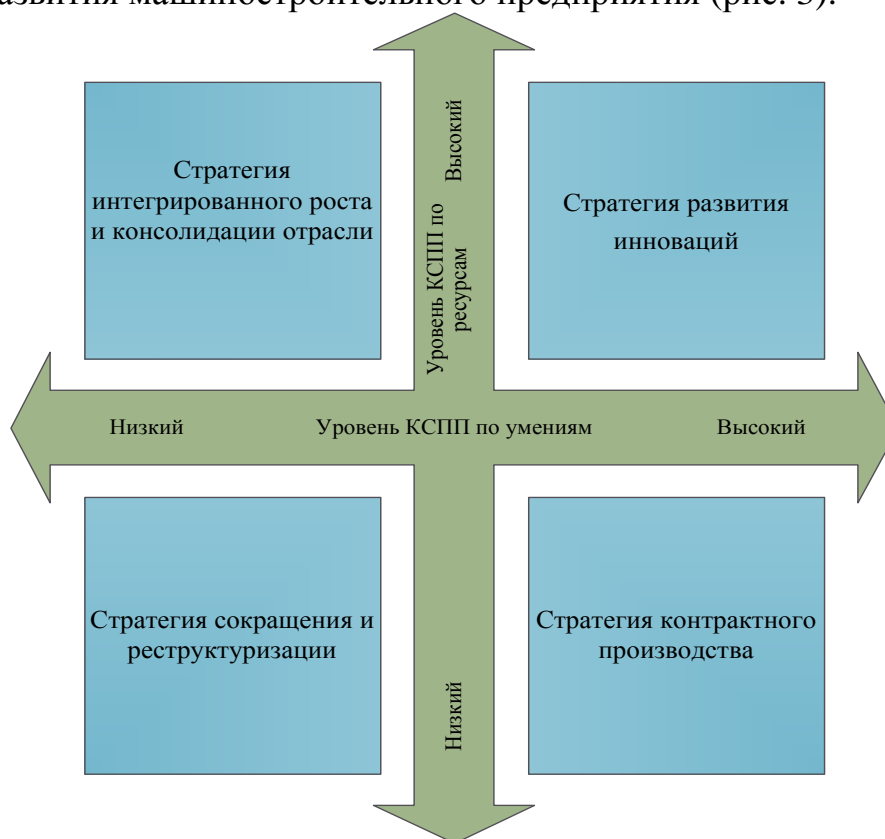


Рисунок 3 – Матрица выбора стратегии конкурентного развития машиностроительного предприятия

Высоким уровнем КСПП в обоих случаях считается его значение большее единицы, что означает превосходство над конкурентом, а низким уровнем КСПП, соответственно, значение меньше единицы, означающее отставание от конкурента.

Таким образом, технология выбора стратегии конкурентного развития промышленного предприятия подразумевает ряд последовательных действий и построение матрицы выбора стратегий на основе показателей конкурентоспособности хозяйствующего субъекта по ресурсам и по умениям (рисунок 4).

Поскольку интегральный показатель конкурентоспособности в работе разделен на конкурентоспособность по ресурсам и по компетенциям, возникает четыре возможных ситуации для выбора дальнейшей стратегии развития (табл.3):

1. Низкий уровень показателя конкурентоспособности по ресурсам ($КСПП_{рес} < 1$), низкий уровень показателя конкурентоспособности по компетенциям ($КСПП_{ком} < 1$). Данному уровню соответствует стратегия сокращения и реструктуризации.

2. Низкий уровень показателя конкурентоспособности по ресурсам ($КСПП_{рес} < 1$), высокий уровень показателя конкурентоспособности по компетенциям ($КСПП_{ком} > 1$). Данному уровню соответствует стратегия контрактного производства.

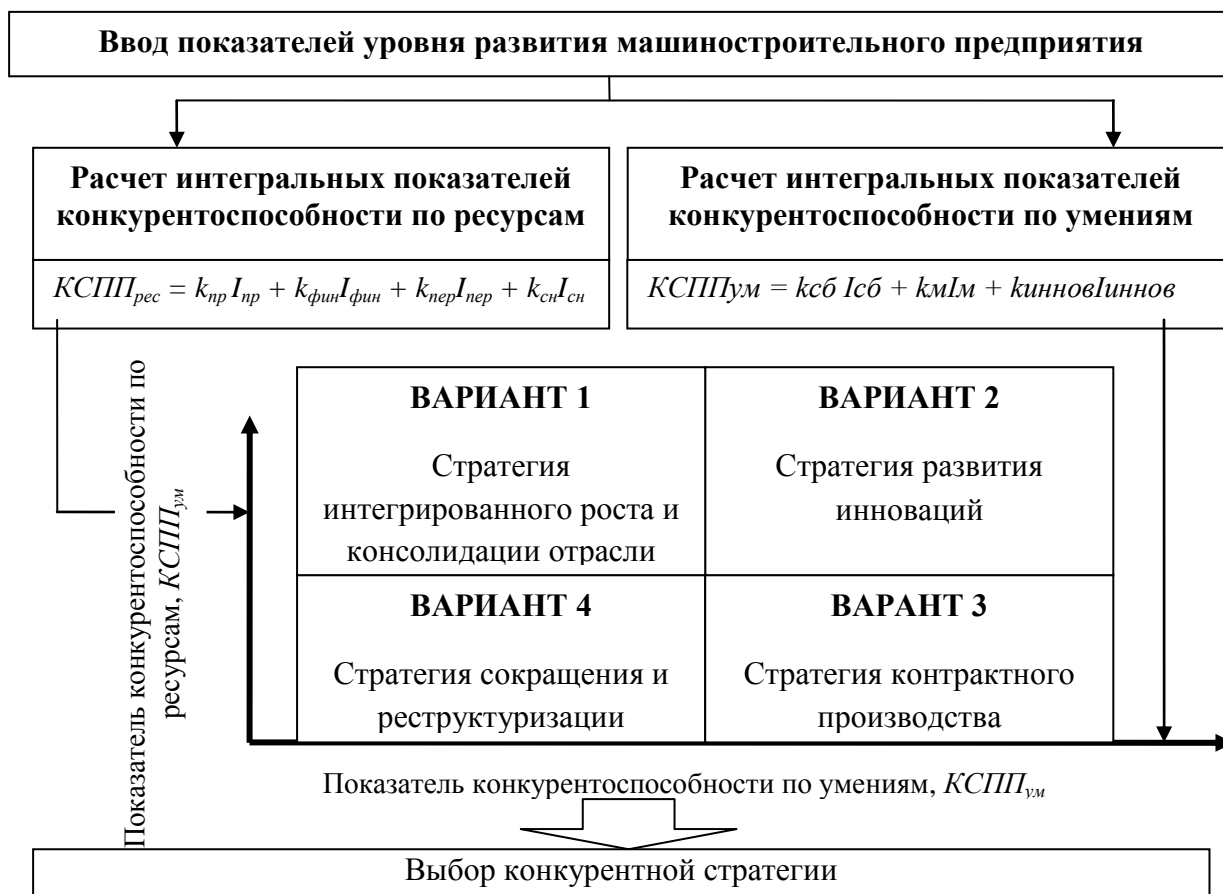


Рисунок 4 – Технология выбора стратегии конкурентного развития машиностроительного предприятия

Таблица 3 – Основные характеристики реализации стратегий конкурентного развития машиностроительных предприятий

Вариант 1: $KСПП_{рес} < 1$; $KСПП_{ум} > 1$ Стратегия контрактного производства	
Цели стратегии	Повышение эффективности реализации конкурентных преимуществ компании, лежащих в сфере маркетинга и сбыта, за счет передачи производства подрядчикам
Краткая характеристика стратегии	- подразумевает концентрацию на маркетинге, сбыте и, в большинстве случаев, инновационной деятельности с передачей производства подрядчикам. При этом товары выпускаются подрядчиком по технологиям заказчика, с соблюдением всех требований к качеству производства, под контролем и под торговой маркой заказчика
Вариант 2: $KСПП_{рес} > 1$; $KСПП_{ум} > 1$ Стратегия развития инноваций	
Цели стратегии	Создание конкурентоспособных товаров и технологий на мировом уровне
Краткая характеристика стратегии	- предполагает развитие предприятий на счет инвестиций в конструкторские разработки. Такая деятельность может осуществляться и в партнерстве с иностранными компаниями, а также посредством приобретения зарубежных активов с целью заимствования их технологий на основное производство. Применение такой стратегии позволяет предприятиям реализовать ряд конкурентных преимуществ, которые, прежде всего, связаны с дифференциацией товаров от конкурентов по качеству и потребительским свойствам, расширением ассортимента и возможностью выхода на новые, в том числе зарубежные рынки
Вариант 3: $KСПП_{рес} > 1$; $KСПП_{ум} < 1$ Стратегия интегрированного роста и консолидации отрасли	
Цели стратегии	Достижение эффекта масштаба и получение конкурентных преимуществ в сфере издержек и цены товара.
Краткая характеристика стратегии	- подразумевает поглощения более мелких рыночных игроков с целью консолидации рынка. Позволяет расширить производственные мощности и ассортимент, а также снизить уровень конкуренции в отрасли.
Вариант 4: $KСПП_{рес} < 1$; $KСПП_{ум} < 1$ Стратегия сокращения и реструктуризации	
Цели стратегии	Обеспечение выживания предприятия, сохранение рабочих мест
Краткая характеристика стратегии	- включает в себя радикальный пересмотр состава и процентных соотношений в хозяйственном портфеле предприятия. Реструктуризация включает в себя, как правило, меры по приобретению новых направлений и избавлению от некоторых старых. Кандидатами на продажу могут быть не только слабые и убыточные направления, но также и те, которые более не соответствуют интересам предприятия (даже если они и относятся к прибыльным и достаточно привлекательным направлениям).

3. Высокий уровень показателя конкурентоспособности по ресурсам ($KСПП_{рес} > 1$), низкий уровень показателя конкурентоспособности по компетенциям ($KСПП_{ком} < 1$). Данному уровню соответствует стратегия интегрированного роста и консолидации отрасли.

4. Высокий уровень показателя конкурентоспособности по ресурсам ($KСПП_{рес} > 1$), высокий уровень показателя конкурентоспособности по компетенциям ($KСПП_{ком} > 1$). Данному уровню соответствует стратегия развития инноваций.

5. Разработана методика реализации организационно-экономического механизма конкурентного развития машиностроительного предприятия. Определены цели, условия, инструменты и организационный подход осуществления конкурентных стратегий развития машиностроительных предприятий: контрактное производство, развития инноваций, интегрированного роста и консолидации в отрасли, сокращения и реструктуризации.

Алгоритм реализации организационно-экономического механизма конкурентного развития машиностроительного предприятия представлен на рисунке 5. На основе оценки конкурентных превосходств в ключевых функциональных областях управления предприятие осуществляет выбор одной из стратегий конкурентного развития.

Возможность внедрения каждой из предложенных стратегий конкурентного развития машиностроительных предприятий предполагает соблюдение специфических условий, для каждой из них рекомендован комплекс инструментов менеджмента и определены ожидаемые положительные эффекты от их реализации (таблица 4).

Разработанный организационно-экономический механизм апробирован на ОАО «Нижегородский машиностроительный завод» и ООО «Нижегородская индустриальная компания». ОАО «Нижегородский машиностроительный завод» - это современный производственный комплекс, который включает шесть специализированных производств, мощный конструкторский центр, испытательный полигон. ООО «Нижегородская индустриальная компания» - это достаточно молодое предприятие, которое занимается изготовлением, ремонтом контрольной и технологической оснастки для производства стекол отечественных и импортных моделей автомобилей, производству комплектующих изделий для военной и пищевой промышленности, в том числе из уникальных сплавов и неметаллических материалов.

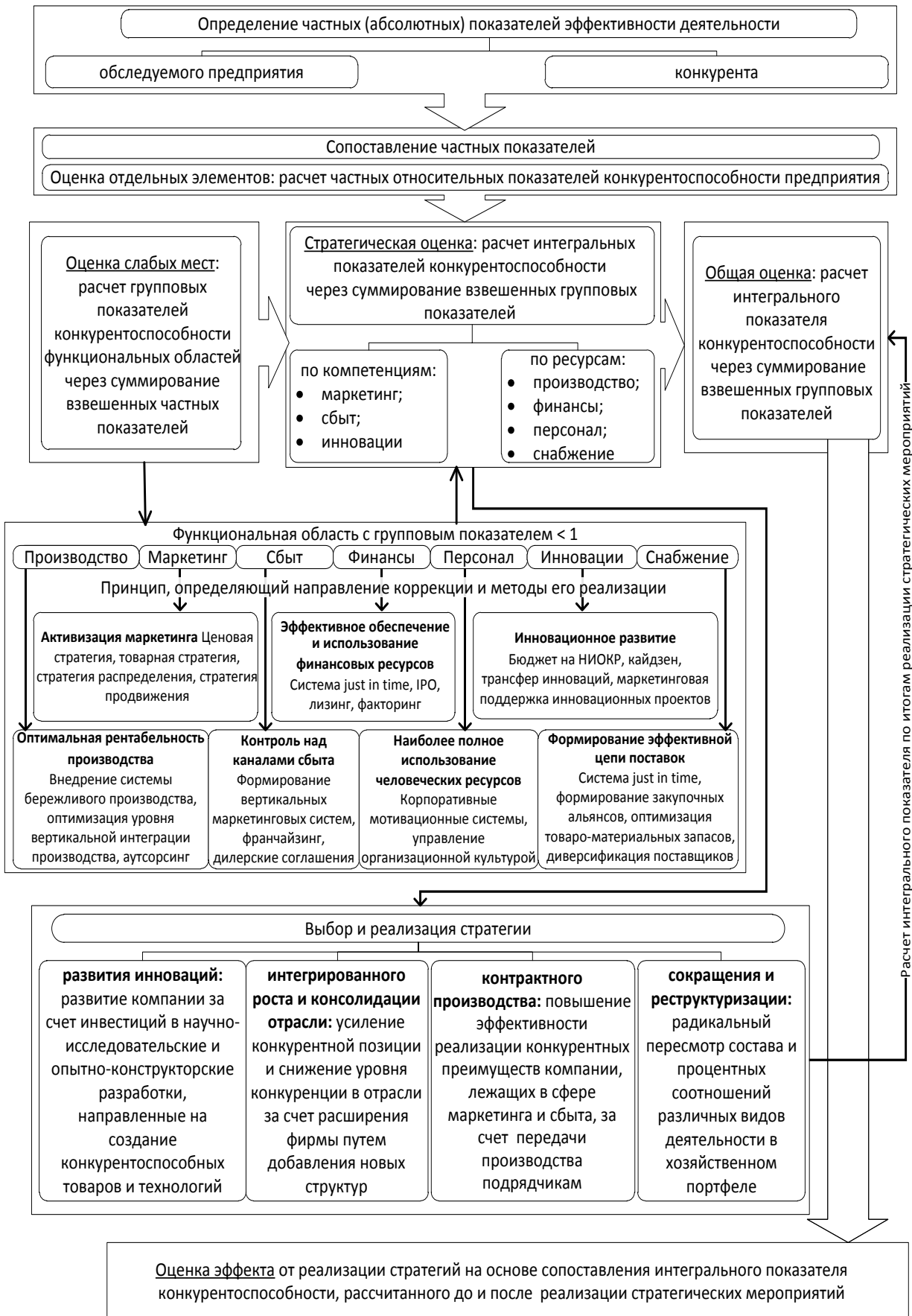


Рисунок 5 – Методика реализации организационно-экономического механизма конкурентного развития машиностроительного предприятия

Таблица 4 – Условия и инструменты реализации стратегий развития

Виды стратегий развития	Контрактное производство	Интеграция и консолидация отрасли	Развитие инноваций	Сокращение и реструктуризация
Условия реализации	<ul style="list-style-type: none"> - эффективная маркетинговая система; - достаточный объем ресурсов для оплаты деятельности подрядчика; - возможность достаточно точного прогнозирования динамики сбыта продукции для координации действий подрядчиков; - эффективность взаимодействия с подрядчиком; - возможность контроля результатов деятельности подрядчика. 	<ul style="list-style-type: none"> -эффективная финансовая деятельность компании, обеспечивающая достаточный объем ресурсов для поглощения предприятий; -возможность распространения производственной системы на дочерние предприятия с сохранением ее эффективности; -эффективная система менеджмента, позволяющая обеспечить внимание к потребностям различных дивизионов и достаточную степень контроля за их деятельностью; -эффективность стратегической маркетинговой функции; 	<ul style="list-style-type: none"> - высокая эффективность маркетинговых исследований; -значительные финансовые резервы; -высокий уровень инновационного потенциала; -высокая инновационная активность; -широкие рыночные возможности внедрения новой продукции; -наличие развитого отдела НИОКР. 	<ul style="list-style-type: none"> -значительная убыточность одной или более видов деятельности, ведущая к снижению финансовых показателей предприятия в целом; -наличие большого количества слабых в конкурентном отношении направлений деятельности; -одно или несколько ключевых направлений переживают период спада или предприятие в целом переживает период спада; -на предприятии возникла острая кризисная ситуация
Инструменты реализации	<ul style="list-style-type: none"> - анализ рынка и выявление потребности в продукции; - прогнозирование динамики сбыта продукции; - создание и обновление на постоянной основе информационной базы, содержащей такие сведения о подрядчиках, как: репутация, объемы и гибкость производственных мощностей, связи в отрасли, перспективы развития, предоставление гарантий, возможность творческого подхода к решению проблем заказчика; - формулирование технического задания; - составление детальной сметы расходов на производство продукции; - заключение контракта, оговаривающего сроки выполнения заказов и размер неустойки в случае их срыва, гарантии на продукцию, минимальный срок, в который подрядчик должен предупредить о расторжении договора, чтобы у заказчика было достаточно времени на поиск нового партнера,; - тестирование продукции; - продвижение продукции силами компании. 	<ul style="list-style-type: none"> - сделки по слияниям и поглощениям; - привлечение крупных инвестиционных кредитов; IPO 	<ul style="list-style-type: none"> - инвестиции в собственные исследования и разработки; - создание собственных систем разработки продуктов; - бенчмаркинг технологий; - привлечение лучших разработчиков в отрасли; - развитие системы стратегического маркетинга 	<ul style="list-style-type: none"> - продажа части активов фирмы (оборудования, материально-технических запасов, дочерних компаний и т.п.); - сокращение деятельности (заккрытие и продажа старых предприятий, сокращение численности работающих, уход с отдаленных рынков и т.д.).
Положительные эффекты от реализации	<ul style="list-style-type: none"> - возможность концентрации на маркетинге и сбыте; - возможность частой смены номенклатуры товаров в соответствии с тенденциями рынка; - снижение потерь в случае провала нового товара на рынке; - упрощение управления качеством продукции; - повышение эффективности управления себестоимостью продукции; - увеличение ликвидности активов. 	<ul style="list-style-type: none"> -снижение издержек производства за счет эффекта масштаба; -обеспечение конкурентного преимущества в сфере цены товара; -расширение номенклатуры продукции; -доступ к новым каналам распределения; -снижение уровня конкуренции в отрасли 	<ul style="list-style-type: none"> - дифференциация товарного предложения; -обеспечение конкурентных преимуществ по потребительским свойствам продукции; -снижение издержек производства за счет использования передовых технологий; -расширение товарного портфеля 	<ul style="list-style-type: none"> - обеспечение роста доли рынка предприятия на более перспективных направлениях за счет высвобождения ресурсов; -освобождение от активов, не связанных с основной деятельностью фирмы; -перераспределение капиталов.

Для выбора стратегий конкурентного развития ОАО «Нижегородский машиностроительный завод» и ООО «Нижегородская индустриальная компания» проведена оценка их конкурентоспособности. В качестве объекта для сравнительной оценки был выбран крупный конкурент по ряду товарного ассортимента – ОАО «Уралгидромаш». Рассчитанные интегральные показатели оценены в динамике, и представлены в виде лепестковых диаграмм:

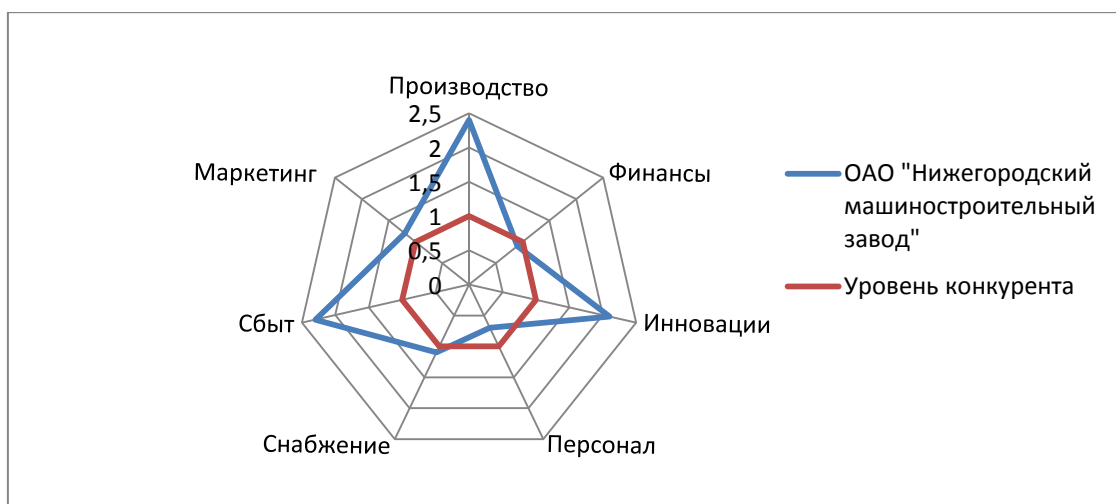


Рисунок 6 – Аналитическая лепестковая диаграмма для групповых показателей конкурентоспособности функциональных областей ОАО «Нижегородский машиностроительный завод»

По приведенной диаграмме можно сделать вывод, что предприятие значительно опережает конкурента по показателям инноваций, производства и сбыта, но немного отстает в функциональных областях финансов и персонала. Дальнейший анализ в соответствии с предлагаемой методикой показывает, что ОАО «Нижегородский машиностроительный завод» рекомендована стратегия инноваций.

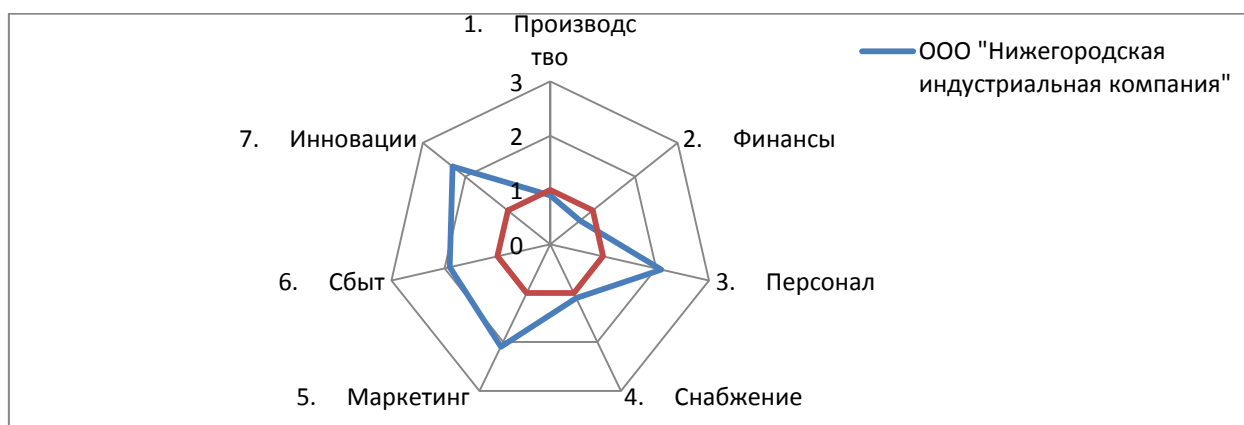


Рисунок 7 – Аналитическая лепестковая диаграмма для групповых показателей конкурентоспособности функциональных областей ООО «Нижегородская индустриальная компания»

Диаграмма показывает, что предприятие значительно опережает конкурента по показателям инноваций, маркетинга, персонала и сбыта, но немного отстает в функциональных областях финансов и производства. Дальнейший анализ показывает, что для ООО «Нижегородская индустриальная компания» рекомендована стратегия контрактного производства.

Внедрение основных организационно-экономических решений и мероприятий, разработанных в рамках проведенных научных и практических исследований, а также учитывающих влияние различных показателей конкурентоспособности на формирование экономического развития предприятия, позволяет получить экономический эффект.

Экономический эффект от внедрения методических рекомендаций и разработок достигается за счет снижения количества потерь и убытков, связанных с процессом производства; снижения потерь времени при производстве продукции; создания защитного механизма от негативных воздействий внешней среды; высвобождения внутренних ресурсов предприятия за счет технического перевооружения; повышения использования различных потенциалов предприятия; повышения заинтересованности работников в конечных результатах.

Таким образом, реализация разработанного механизма конкурентного развития машиностроительных предприятий позволит:

- выявить сильные и слабые стороны предприятия по отношению к конкурентам;
- осуществить выбор стратегии конкурентного развития машиностроительного предприятия.

Данные действия направлены на сохранение и развитие конкурентных преимуществ машиностроительного комплекса.

Список опубликованных работ по теме диссертации Статьи, опубликованные в изданиях, рекомендованных ВАК

1. Трунов, А.О. Направления развития государственного управления структурными преобразованиями в экономике /А.О. Трунов// Научно-практический межотраслевой журнал «ИНТЕГРАЛ» № 6 – ноябрь-декабрь 2009. – С. 86-87.

2. Трунов, А.О. Формирование методики оценки конкурентоспособности предприятий машиностроительного комплекса / А.О. Трунов // Вестник Казанского технологического университета / Казанск. нац. исследовательск. тех. ун-т. – Казань, 2011. – С. 214-218.

3. Трунов, А.О. Разработка принципов обеспечения конкурентоспособности машиностроительных предприятий на основе анализа ключевых функциональных областей бизнеса/ А.О. Трунов // Вестник Казанского технологического университета / Казанск. нац. исследовательск. тех. ун-т. – Казань, 2012. № 1 – С. 215-220.

В прочих изданиях

4. Трунов, А.О. Основные проблемы межбюджетных отношений / А.О. Трунов // Государственное регулирование экономики. Региональный аспект :

материалы V Междунар. науч.-практ. конф. / Нижегород. гос. ун-т им. Н. И. Лобачевского. – Н. Новгород, 2005. – С. 35-39.

5. Трунов, А.О. Финансовые возможности рынка альтернативных инвестиций АИМ для российских компаний / А.О. Трунов // Актуальные вопросы развития экономики России: теория и практика : труды III межвузовск. науч.-практ. конф. преподавателей, ученых, специалистов, аспирантов, студентов. / Волжск. гос. инженерно-пед. ун-т. – Н. Новгород, 2005. – С. 166-170.

6. Трунов, А.О. Пути повышения инвестиционного климата региона / А.О. Трунов // Актуальные вопросы развития экономики России: теория и практика : труды III межвузовск. науч.-практ. конф. преподавателей, ученых, специалистов, аспирантов, студентов. / Волжск. гос. инженерно-пед. ун-т. – Н. Новгород, 2005. – С. 265-268.

7. Трунов, А.О. Синдром Мягких Бюджетных Ограничений предприятий как феномен транзитивной экономики / А.О. Трунов // Актуальные проблемы развития экономики России : межвузовск. сб. научн. трудов. / Нижегород. гос. ун-т им. Н. И. Лобачевского. – Н. Новгород, 2006. – С. 59-61.

8. Трунов, А.О. Агропромышленный комплекс: Россия и ВТО / А.О. Трунов // Региональные и социально-экономические программы стабилизации и развития АПК : VI Всеросс. науч.-практ. конф. : сб. статей. / Приволжск. Дом Знаний. – Пенза, 2006. – С. 233-235.

9. Трунов, А.О. Основные проблемы российского банковского сектора / А.О. Трунов // Развитие финансовой системы России на современном этапе : сб. материалов юбилейной междунар. науч.-практ. конф., посвященной 90-летию ННГУ / Нижегород. гос. ун-т им. Н. И. Лобачевского. – Н. Новгород, 2006. – С. 136-140.

10. Трунов, А.О. Выбор стратегий обеспечения конкурентоспособности машиностроительного предприятия / А.О. Трунов // Промышленное развитие России: проблемы, перспективы : сб. статей по материалам IX Междунар. науч.-практ. конф. / Нижегород. гос. пед. ун-т. – Н. Новгород, 2011. – С. 159-162.

11. Трунов, А.О. Проблемы повышения конкурентоспособности предприятий машиностроения в условиях глобализации экономики / А.О. Трунов // Промышленное развитие России: проблемы, перспективы : сб. статей по материалам IX Международной науч.-практ. конф. / Нижегород. гос. пед. ун-т. – Н. Новгород, 2011. – С. 162-164.

12. Трунов, А.О. Анализ подходов к обеспечению конкурентоспособности предприятия / А.О. Трунов // Дополнительное профессиональное образование руководителей и специалистов строительной отрасли в условиях инновационных преобразований экономики в посткризисный период : сб. материалов межрегион. науч.-практ. конф. / Ин-т повышения квалификации руководящих работников и специалистов. – Н. Новгород, 2011. – С. 365-368.