

4. Кругман, П. Основы экономики / П. Кругман, Р. Веллс, М. Олни. – СПб.: Питер, 2011. – 880 с.
5. Миклашевская, Н. А. Международная экономика: учебники экономического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова / Н. А. Миклашевская, А. В. Холопов. – М., 2004. – 191 с.
6. Портер, М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер. – Москва, 2019. – 952 с.
7. Портер, М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. М.: Альпина Паблишер. – 2020. – 608 с.
8. Портер, М. Конкурентные силы и формирование стратегии / М. Портер. – 2005.
9. Портер, М. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран / М. Портер. М.: Альпина Паблишер. – 2019. – 952 с.
10. Четырбок Н. П. Инновации и конкурентоспособность. Каузальность понятий / Н. П. Четырбок // Научно-практический журнал «Инновации». – Санкт-Петербург. – 2020. – №12 (266). – С. 43–47.

Е. В. Зацепина

Брестский государственный технический университет
г. Брест, Республика Беларусь

E. Zatsepina

Brest State Technical University
Brest, Republic of Belarus

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ

STRATEGIC COMPETITIVENESS OF THE ORGANIZATION AS A MANAGEMENT OBJECT

Аннотация. В статье изучены определения понятия «стратегическая конкурентоспособность», раскрыта необходимость изучения данной категории как объекта управления, проанализированы подходы к управлению, предложен подход с учётом изменения стадий жизненного цикла и сканирования горизонтов.

Annotation. The article studies the definitions of the concept of "strategic competitiveness", discloses the need to study this category as an object of management, analyzes approaches to management, proposes an approach taking into account changes in the stages of the life cycle and scanning horizons.

Важность проблемы повышения конкурентоспособности и её связь с инновациями подчёркивается во многих стратегических документах, определяющих пути и направления экономического развития республики. Так, в Программе социально-экономического развития Беларуси на 2021–2025 годы в качестве одной из основных задач отмечается повышение конкурентоспособности производственного сектора экономики, обеспечения его финансовой устойчивости и создание высокотехнологичных производств [1].

Конкурентоспособность можно рассматривать как активность организации во внешней среде, устойчивость внутреннего развития и обеспечение на этой основе высокой эффективности деятельности. Конкурентоспособность отдельных

организаций – это понятие системное, его необходимо рассматривать, во-первых, как результирующую экономических и правовых действий государства, во-вторых, как результат приобретения конкурентных преимуществ на отраслевых рынках, в-третьих, как итог управляющих воздействий на внутренние процессы.

Разнообразие объектов конкурентоспособности обуславливает различное смысловое наполнение и делает понимание данной категории многоаспектным с признаками выраженной индивидуальности.

Научная литература отражает множество попыток определения сущности понятия «конкурентоспособность», ее компонентов и факторов, форм проявления. Значимость данных проблем подтверждается широкой полемикой среди зарубежных и отечественные учёных таких, как М. Портер, П. Дойль, Дж. Мур, Б. Дж. Нейлбафф, Х. Такеучи, Г. Хэмел, К. Прахалад, Р. А. Фатхутдинов, Г. Л. Азоев, Г. Б. Клейнер, В. А. Белякова, О. А. Высоцкий, А. С. Головачёв, В. Г. Гусаков, С. С. Полоник, Л. Н. Нехорошева и др.

Сложность вопросов обеспечения конкурентоспособности порождает необходимость рассмотрения форматов, характеризующих конкурентные возможности организаций с разных временных позиций.

Термин «стратегическая конкурентоспособность» вошёл в научный обиход относительно недавно благодаря российскому учёному Р. А. Фатхутдинову, который обратил внимание на то, что большинство авторов рассматривают сложившуюся на текущий момент конкурентоспособность оцениваемого объекта, не пытаясь спрогнозировать его будущее развитие. Учёный попытался подойти к понятию «конкурентоспособность» как к объекту управления, которому присущ весь управленческий цикл (рисунок 1).

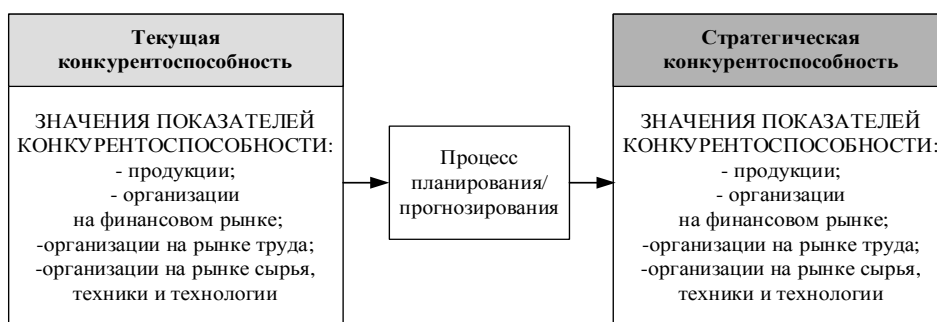


Рисунок 1 – Взаимосвязь показателей текущей и стратегической конкурентоспособности [2]

По мнению Р.А. Фатхутдинова, стратегическая конкурентоспособность определяет потенциальную способность объекта конкурировать с аналогичными объектами в будущем, при этом в качестве объектов могут выступать персонал, товар, услуга, организация, отрасль, регион, страна [2, с. 17]. Со временем концептуальные основы стратегической конкурентоспособности получили последующее развитие в трудах других исследователей.

Г. Б. Клейнер под стратегической конкурентоспособностью организации понимает не победу в конкурентной борьбе за потребителя, заказ, инвестора или работника, а способность успешно функционировать и развиваться в долгосрочной перспективе в условиях состязательности рынка [3, с. 65].

А. М. Эсетова отмечает, что стратегическая конкурентоспособность организации предполагает наличие у неё устойчивых управляемых конкурентных преимуществ на длительную перспективу развития, отработанных управленческих методов реагирования на изменения внешней и внутренней среды [4, с. 27].

В. А. Белякова трактует данную категорию как деятельность, направленную на создание перспективных конкурентных преимуществ, способных обеспечить лидерские позиции с достижением поставленных целей и задач на периоды разной временной длительности [5, с. 13].

В. Е. Рохчин, А. В. Полянский рассматривают стратегическую конкурентоспособность как многоуровневую экономическую категорию и объект управления, характеризующий способность объектов и субъектов конкурентоспособности в течение длительного времени сохранять и (или) усиливать свои позиции на глобальных, мультинациональных и локальных рынках [6, с. 54].

Т. И. Овчинникова, А. В. Марков, Ю. Н. Дуванова в своём труде [7] дают следующее определение исследуемого понятия: потенциальная способность объекта или субъекта управления конкурировать в будущем на конкретных рынках, обеспечиваемая снижением проявления стратегических неконкурентоспособных факторов и усилением проявления стратегических эксклюзивных конкурентных преимуществ объекта (субъекта) на основе проведения комплексной стратегической диагностики объекта или субъекта, параметров рынка и конкурентов, разработки стратегии.

С нашей точки зрения, под стратегической конкурентоспособностью следует понимать перспективные конкурентные возможности организации, реализация которых должна обеспечить её устойчивое присутствие на рынке в будущем.

Исходя из этого, стратегическая конкурентоспособность имеет как минимум две формы фиксации:

1) *текущую*, характеризующуюся способностью организации к конкуренции за счет имеющихся конкурентных преимуществ, которые сохраняются в стратегической перспективе;

2) *будущую*, которую может достичь организация за счет приобретения и реализации новых конкурентных преимуществ, соответствующих изменяющимся условиям среды.

Процесс управления стратегической конкурентоспособностью является чрезвычайно важным в деятельности любой организации, однако в настоящее время как с теоретической, так и практической точек зрения не находит широкого распространения среди специалистов и исследователей. На наш взгляд, это связано с рядом допущений, которые ограничивают мышление современного руководителя в условиях повышенной сложности и информационной перегруженности при принятии управленческих решений стратегического уровня, а именно:

1) результат следует из конкретной причины (например, рост продаж ведет к росту доходов);

2) взаимосвязи между причиной и следствием прямые, без запаздывания и достаточно продолжительные;

3) любой рост – это положительная тенденция;

4) проблема не существует или не является серьезной до тех пор, пока она не поддается измерению (люди стремятся измерять то, что поддается измерению,

а не то, что необходимо измерять). На этот счет есть хорошая английская поговорка: «Out of sight, out of mind» (досл. «Если не вижу (что-то), то и не думаю (об этом)»).

Перечисленные допущения раскрывают проблему чрезмерной сосредоточенности на оперативных и текущих задачах, в ущерб стратегическим, когда больше внимания уделяется сложившемуся состоянию рынка и соответственно тактической конкурентоспособности.

Понятие «ради будущего» применимо к каждой системе. Будущее лежит в основе её сохранения и развития. Потеря связи с будущим резко ухудшает развитие системы, которая утрачивает динамику, снижает интегрированность, а также эффективность функционирования.

В результате проведённых исследований были выделены основные подходы к управлению стратегической конкурентоспособностью: системный, процессный, функциональный, динамический, инновационный, ресурсный, ценностно-ориентированный (таблица 1).

Таблица 1 – Характеристика подходов к управлению стратегической конкурентоспособностью [2,5,8]

Подход к управлению	Содержание
1	2
Системный	Стратегическая конкурентоспособность рассматривается как открытая система, на входе которой формирующие её ресурсы, на выходе – конкурентные преимущества
Процессный	Предполагает планомерную деятельность по формированию устойчивых конкурентных преимуществ посредством выделения, передачи, описания и управления системой взаимосвязанных и взаимодополняющих бизнес-процессов и их ресурсного окружения
Функциональный	Представляет собой процесс управления функциональными областями деятельности организации с целью достижения ключевых компетенций и повышения эффективности функционирования
Динамический	Управление стратегической конкурентоспособностью объектов строится на основе прогноза будущего перспективного развития рынка; выбора ключевых точек роста, определяющих вектор развития предприятия и влияющих на формирование конкурентных преимуществ; планирования и реализации мероприятий, позволяющих достичь данные показатели
Инновационный	Ориентирован на синхронное управление продуктовыми, технологическими, техническими, организационными и другими инновациями
Ресурсный	Основан на рациональном управлении ресурсами, увязывает устойчивость конкурентных преимуществ с трудностью имитации знаний
Ценностно-ориентированный	Управление стратегической конкурентоспособностью осуществляется по принципу клиентоориентированности, а также с акцентом на потребности и ожидания ключевых заинтересованных сторон

Соглашаясь с авторитетностью каждого из выделенных подходов, нами предлагается обратить внимание на управление стратегической конкурентоспособностью с учётом изменения стадий её жизненного цикла.

Всякий процесс, независимо от условий его протекания, подвержен воздействию фактора времени. Жизненный цикл процесса начинается с этапа зарождения, имеет стадию развития и окончания. Жизненный цикл стратегической конкурентоспособности в общем виде представляет собой промежуток времени от её зарождения (появления идеи, слабых сигналов, ранних индикаторов потенциальных изменений и т. д.) до исчезновения, посредством реализованного

стратегического конкурентного преимущества (инновационного, ресурсного, рыночного и т. д.).

Управление стратегическим развитием организации на основе жизненных циклов дает возможность вырабатывать направления необходимых преобразований и последовательно и целенаправленно проводить изменения. При этом, по нашему мнению, управление представляет собой процесс движения в заданном направлении из текущего состояния в желаемое будущее состояние, что в наибольшей степени соответствует современным реалиям стремительности происходящих событий во всех сферах деятельности.

С нашей точки зрения, особая роль в эффективном управлении стратегической конкурентоспособностью принадлежит процессу сканирования. Сканирование временных горизонтов предполагает целенаправленное и систематическое изучение внешних процессов – текущих и ожидаемых. Временной горизонт и уровень детализации сканирования зависят от разработанных целей организации.

Значение сканирования заключается в том, чтобы не упустить зарождение инноваций, привнести свежий взгляд на ситуацию, выявить изменения, новые тренды и ранние сигналы перемен. Это дает возможность идентифицировать влияющие на организацию факторы – как действующие, так и способные проявиться в будущем. Результатом сканирования становится систематизированный массив данных, состоящий из зафиксированных по заданному критерию индикаторов (сигналов), выстроенных по степени значимости для управления стратегической конкурентоспособностью организации.

Особую ценность данный процесс приобретает тогда, когда становится как минимум регулярным, а для получения максимального эффекта – непрерывным, итеративным процессом управления. Стратегические решения, подкрепленные заблаговременным сканированием и советующими корректировками, нередко оказываются более эффективными.

Все организации время от времени сталкиваются с ситуациями «жизни или смерти». Те организации, которые смогут пережить данную ситуацию, будут развиваться дальше на основе новых идей и моделей. При дальнейшем развитии и усилении конкуренции некогда инновационные подходы будут превращаться во всё более рутинные практики до нового витка. При этом крупные организации в большей степени подвержены опасности пострадать от стратегических изменений вследствие так называемого «кризиса восприятия», из-за невозможности вовремя выявить и предугадать новые направления развития, будучи замкнутыми в устаревшей системе мышления. С каждым годом новые технологии проникают в нашу жизнь все быстрее, и у организаций становится все меньше времени для их внедрения.

Таким образом, актуальность управления стратегической конкурентоспособностью продиктована растущей непредсказуемостью изменений внешней маркетинговой среды и исключительной необходимостью реализации стратегий, которые должны способствовать устойчивому конкурентному развитию организации в долгосрочной перспективе.

Литература

1. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=P32100292>. – Дата доступа: 10.11.2021.

2. Фатхутдинов, Р. А. Стратегическая конкурентоспособность : учеб. пособие / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Экономика, 2005. – 504 с.
3. Клейнер, Г. Б. Стратегия предприятия / Г. Б. Клейнер ; Акад. народного хоз-ва при Правительстве РФ, Центральный экономико-мат. ин-т РАН. – М. : Дело, 2008. – 567 с.
4. Эсетова, А. М. Управление конкурентным потенциалом предприятий строительного комплекса : монография / А. М. Эсетова. – СПб. : РОСТ, 2008. – 140 с.
5. Белякова, В. А. Маркетинговое управление стратегической конкурентоспособностью предприятий : теория и методология : автореф. дис. ... докт. экон. наук : 08.00.05 / В. А. Белякова; Пенз. гос. ун-т. – Пенза, 2013. – 43 с.
6. Рохчин, В. Е. Управление стратегической конкурентоспособностью промышленного предприятия на основе развития его потенциала / В. Е. Рохчин, Е. Н. Ветрова, А. В. Полянский; под ред. А. Е. Карлика. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2012. – 262 с.
7. Овчинникова, Т. И. О сущности понятия «Стратегическая конкурентоспособность» / Т. И. Овчинникова, А. В. Марков, Ю. Н. Дуванова // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. – 2016. – С. 417–422.
8. Ветрова, Е. Н. Управление стратегической конкурентоспособностью судостроительного комплекса в условиях глобальной конкуренции : дис. ... докт. экон. наук : 08.00.05 / Е. Н. Ветрова. – СПб., 2013. – 425 с.

В. В. Зазерская, В. А. Титова

УО «Брестский государственный технический университет»
г. Брест, Беларусь

V. V. Zazerskaya, V. A. Titova

Brest State Technical University
Brest, Republic of Belarus

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА ТУРИСТИЧЕСКУЮ ОТРАСЛЬ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

INFLUENCE OF THE PANDEMIC ON THE TOURIST INDUSTRY OF THE REPUBLIC OF BELARUS AND THE BREST REGION

Аннотация. Пандемия коронавируса оказала большое влияние на состояние и развитие туристической отрасли. В статье рассматриваются новые возможности и вызовы для туристического рынка. Проведено сравнение статистических данных сферы туризма в период с 2016 г по 2020 г., раскрыты последствия противоэпидемических мер для туристической сферы Брестской области и Республики Беларусь.

Annotation. The coronavirus pandemic has had a great impact on the state and development of the tourism industry. The article discusses new opportunities and challenges for the tourism market. A comparison of statistical data on the tourism sector in the period from 2016 to 2020 is carried out, the consequences of anti-epidemic measures for the tourism sector of the Brest region and the Republic of Belarus are revealed.

Развитие туризма является одним из приоритетных направлений социально-экономического развития Республики Беларусь. Туризм является одним из основных факторов создания дополнительных рабочих мест, ускоряет развитие