

Повышение конкурентоспособности Брестского региона

Е. В. Зацепина¹, Е. И. Кисель², Н. Г. Надеина³

¹Доцент кафедры мировой экономики, маркетинга, инвестиций

²Доцент кафедры мировой экономики, маркетинга, инвестиций

*³Доцент кафедры мировой экономики, маркетинга, инвестиций
УО «Брестский государственный технический университет»*

Improving the competitiveness of the Brest region

E. V. Zatsepina¹, E. I. Kisel², N. G. Nadeina³

¹Associate Professor Department of World Economy, marketing, investments

²Associate Professor Department of World Economy, marketing, investments

*³Associate Professor Department of World Economy, marketing, investments
Brest State Technical University*

Экономической наукой и практикой признано, что приоритетом управления современной организации выступает устойчивое перспективное развитие. Оно определяется ее способностью под влиянием факторов внешней и внутренней среды сохранять устойчивость и при этом переходить от одного качественного состояния к другому, более высокому, для достижения поставленных целей в условиях изменяющейся конкурентной среды.

В настоящее время рыночная экономическая ситуация характеризуется быстро изменяющимися информационными потоками и новыми знаниями, которые могут, при некоторых условиях, обеспечить определенные уровни конкурентоспособности и способствовать устойчивому развитию любой организации.

Конкурентоспособность можно рассматривать как активность предприятия во внешней среде, устойчивость внутреннего развития и обеспечение на этой основе высокой эффективности деятельности. Конкурентоспособность отдельных предприятий – 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 бизнес-процессы.

Исследуя проблемы конкурентоспособности, необходимо учитывать ее формирование по уровням экономической системы (рисунок 1).

Между этими уровнями в экономической системе существует определенная взаимосвязь: категории конкурентоспособности товара, предприятия, региона являются взаимосвязанными, взаимозависимыми, конкурентоспособность фирмы является основой конкурентоспособности ее товаров, конкурентоспособность экономической среды региона является основой конкурентоспособности предприятий региона. Конкурентная борьба всегда ведется с целью достигнуть определенного конкурентного преимущества,

которое позволит занять на рынке надежную конкурентную позицию на основе устойчивого развития организации.

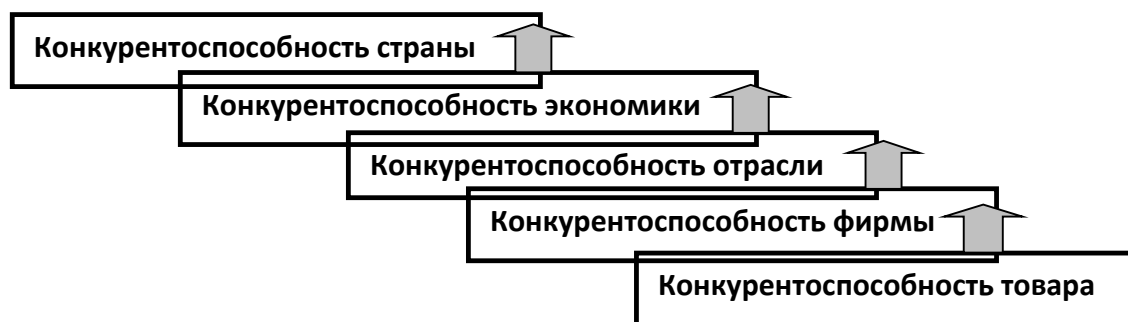


Рисунок 1 – Формирование конкурентоспособности по уровням экономической системы [1]

Конкурентоспособность страны в значительной мере определяется конкурентоспособностью произведённых в ней товаров, которые предлагаются на мировом рынке. В условиях глобализации мировой экономики выпуск конкурентоспособной продукции становится необходимым для успешного функционирования национальной экономики и напрямую зависит от уровня ее инновационности [1].

Важность проблемы повышения конкурентоспособности и ее связь с инновациями подчеркивается во многих стратегических документах, определяющих пути и направления экономического развития республики. Так, в Программе социально-экономического развития Беларуси на 2021–2025 гг. в качестве одной из основных задач отмечается повышение конкурентоспособности производственного сектора экономики, обеспечения его финансовой устойчивости и создание высокотехнологичных производств [9].

В Республике Беларусь все больше внимания уделяется развитию регионов, повышению их вклада в решение общегосударственных задач. Большое значение в этом плане имеет переход к стратегии устойчивого развития за счет комплексного решения социально-экономических, демографических и экологических проблем. Эта стратегия предусматривает проведение региональной политики, направленной на создание благоприятных условий для жизни и деятельности населения, гармоничное экономическое и социальное развитие территорий.

Конкурентоспособностью региона, в самом общем плане, называется его место и роль в экономике страны, способность обеспечить высокий уровень жизни населения и реализовать имеющийся в регионе потенциал. Регионы получают конкурентные преимущества благодаря различиям в экономической структуре, а не ее общим чертам. В каждом из них есть свой, только ему присущий, набор конкурентных отраслей. Наиболее перспективны регионы, обладающие развитым научно-производственным комплексом, с высоким инновационным потенциалом, способные формировать, развивать и удерживать квалифицированные кадры. При оценке их конкурентоспособности важно учитывать не только

традиционные природные и экономические ресурсы, но также степень развития рыночной, инновационной и внешнеэкономической инфраструктуры, инвестиционную привлекательность, наличие предприятий, производящих востребованные товары и услуги.

К основным конкурентным преимуществам Брестской области относятся:

- квалифицированные трудовые ресурсы, а также наличие крупнейшего на западе республики технического вуза;
- существующие возможности для создания кластеров (в текстильной, электротехнической, электронной промышленности), а также крупных транспортно-логистических центров;
- проходящие по территории области международные транспортные магистрали;
- расположенные в регионе крупные месторождения гранита, уникальных глин, мела, стекольных и формовочных песков, поваренной соли, запасы минеральных вод;
- высокоразвитые отрасли и производства, ориентированные на потребительский спрос;
- развитый строительный сектор, позволяющий выполнять работы любого уровня сложности;
- климатические условия, позволяющие осуществлять строительномонтажные работы круглый год, устойчивый спрос на жилье;
- наличие в области имеется полного набора собственных сырьевых материалов для развития базы стройиндустрии;
- уровень плодородия почв – один из самых высоких в республике;
- наличие у сельскохозяйственных организаций региона возможности для развития мясного и молочного животноводства, растениеводства;
- достижение высоких показателей развития человеческого капитала [6].

Безусловно, что при наличии многих преимуществ имеются слабые стороны, которые необходимо исследовать и использовать в качестве возможностей перспективного конкурентного развития. Особого внимания в существующей экономической ситуации требует промышленность региона.

Промышленность является ключевым направлением белорусской экономики, формирующим 25,5 % ВВП, обеспечивающим 23,5 % рабочих мест в структуре численности занятого населения и создающим более 90 % в объеме экспорта товаров. Наиболее развитые промышленные отрасли страны: машиностроение, легкая и пищевая промышленности, деревообработка, нефтехимическая и фармацевтическая отрасли [11].

Сложившаяся специализация экономики Брестской области влияет и на структуру промышленности, где значительный удельный вес занимает пищевая и перерабатывающая промышленность (49,6 %). Существенный сегмент в структуре производства области занимают также машиностроение и металлообработка (10,8 %), стройиндустрия (5,4 %), легкая промышленность (5 %) и производство мебели (10,1 %) [10]. Производство валового регионального продукта имеет тенденции к росту (рисунок 2).

Производство валового регионального продукта

(в % к соответствующему периоду предыдущего года; в сопоставимых ценах)

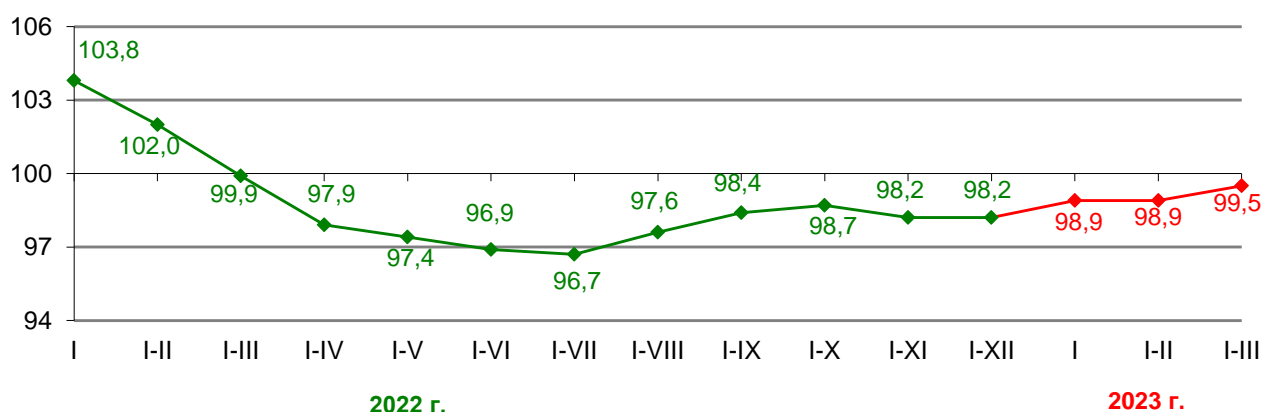


Рисунок 2 – Динамика валового регионального продукта Брестской области [10]

Брестская область в 2022 году обеспечила весомый вклад в экономику республики – более 11 % объема валового внутреннего продукта и промышленного производства, практически 22 % валовой продукции сельского хозяйства и почти 14 % объема направленных в основной капитал инвестиций. Роль экономики области в формировании республиканских показателей ежегодно увеличивается и в 2022 году достигла максимальных значений за последние несколько лет [10].

В 2023 году прогнозируется некоторое снижение валового регионального продукта в пределах 2 % к уровню прошлого года. Возможной причиной этого может быть сокращение объема валовой и добавленной стоимости, снижения объемов производства в строительстве, промышленности, торговле, транспортной деятельности. Но при этом, начиная со второго полугодия, область занимает первое место по темпам роста ВРП в республике.

На наш взгляд, причинами снижения объемов промышленного производства в долгосрочном периоде выступают:

- высокая степень износа основных производственных средств;
- низкая производительность труда;
- высокая затратность промышленных производств при медленных темпах снижения материало- и энергоемкости;
- инновационная пассивность промышленных организаций;
- недостаточно развитая система менеджмента качества и др.

Использование физически и морально устаревшего оборудования затрудняет производство инновационной продукции, что может привести национальную экономику в «ловушку нарастающего технологического отставания» и отразиться на ее стратегической безопасности. Отставание в инновационном развитии снижает конкурентоспособность отечественных промышленных организаций по качественным и ценовым критериям, повышает их уязвимость по отношению к воздействию факторов нестабильности мировых рынков.

Наиболее существенным фактором, препятствующим развитию инновационной деятельности промышленных организаций, выступает

недостаток собственных денежных средств. Одним из вариантов решения данной проблемы является привлечение инвестиций. Объем привлекаемых инвестиций в основной капитал организаций промышленности увеличивается из года в год. Вместе с тем, появляется проблема повышения эффективности использования привлекаемых инвестиционных ресурсов [5].

Инновационность отраслей является одним из важнейших приоритетов страны, и на каждые пять лет разрабатывается Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь, которая направлена на многоплановую поддержку новаторской деятельности субъектов хозяйствования.

Так, изучая основные результаты выполнения государственных научно-технических программ на 2016–2020 гг., можно заметить, что наибольший объем финансирования был направлен на выполнение программ Министерства промышленности (218 078,97 тыс. руб., что составляет 44,3 % от всего объема финансирования, в том числе, из средств республиканского бюджета – 102 601,36 тыс. руб.) [11].

Тенденции изменения рассматриваемых показателей по Брестской области практически идентичны тем, которые выявлены в целом по республике (рисунок 3).



Рисунок 3 – Основные показатели развития Брестской области [10]

Наряду с ежегодным ростом инвестиций в основной капитал затраты на технологические инновации снижаются, что свидетельствует о недостаточной инновационной восприимчивости субъектов хозяйствования. Позиции белорусской инновационной сферы на глобальном рынке определяются параметрами экспорта инновационной продукции, удельный вес которого характеризуется отрицательной динамикой как по Брестскому региону, так и по стране в целом.

Основополагающей задачей развития любой национальной экономики является поиск путей повышения ее конкурентоспособности в стратегической перспективе. Высокоразвитый инновационный сектор национальной промышленности позволит решать задачи непрерывного обновления технической базы производства, выпуска стратегически конкурентоспособной продукции, востребованной мировым рынком.

В результате проведенных исследований можно сделать вывод, что современное состояние инвестиционно-инновационной деятельности отечественных организаций промышленности во многом не отвечает ожиданиям, связанным с созданием экономики инновационного типа, обеспечением динамичного устойчивого роста, а значит, стратегической конкурентоспособности организаций.

Инновационная пассивность субъектов хозяйствования обосновывается высокими рисками возможной потери устойчивости организации, вероятной невостребованностью новой продукции и, как следствие, потерей доступа к альтернативным источникам формирования активного потенциала.

На наш взгляд, исходной причиной такого поведения выступает недостаточная заинтересованность руководителей в применении стратегического маркетинга, который способен снизить неопределенность для всех участников инновационного процесса. Это находит свое подтверждение в результатах экспресс-диагностики развитости стратегического управления маркетинговой деятельностью тридцати шести организаций Брестской области, которая проводилась в рамках информационно-консультационного обучения руководителей высшего и среднего звена управления при поддержке Брестской областной организационной структуры РГОО «Белорусское общество «Знание» [4].

Международный стандарт ИСО серии 9004:2018 «Менеджмент качества. Качество организации. Руководство по достижению устойчивого успеха организации» предоставляет рекомендации для высшего звена управления по достижению устойчивого развития любой компании в требовательных и постоянно меняющихся условиях путем использования подхода на основе менеджмента качества [7]. Для этого высшему руководству следует своевременно принимать решения о внедрении изменений и инноваций в организации с целью сохранения и улучшения показателей ее деятельности, направленной на удовлетворение потребностей и ожиданий заинтересованных сторон.

Информационная основа поведения руководителей организаций в условиях неопределенности среды формируется за счет эффективного функционирования системы управления маркетинговой деятельностью, в частности, управления стратегическим маркетингом. Для устойчивого развития организации необходима совокупность таких свойств, как гибкость и скорость реакции на изменения потребностей и ожиданий заинтересованных сторон, технологическая и управленческая конкурентоспособность, инвестиционная активность, широкое использование инновационных факторов для саморазвития. В стратегическом управлении именно процессы управления

маркетингом должны придавать действиям организации целенаправленность, энергию, гибкость в сочетании с устремленностью на перспективу.

Авторами предлагается модель, определяющая направления развития и улучшения организации посредством обзора **процесса управления стратегическим маркетингом (ПУСМ)** на 5/10/15/20 лет [3]. Результаты обзора формируют нормативы стратегической конкурентоспособности организации, связывая воедино взаимодействие заинтересованных сторон на макро-, мезо-, микроуровне. По его итогам организация способна управлять стадиями своего развития, замедляя или ускоряя их, и при этом поддерживая состояние устойчивого функционирования на основе гибкости и своевременной адаптации к факторам внешней и внутренней среды.

Организация как микросистема, которая является элементом макросистемы, не может и не должна существовать обособленно от законов и циклов развития последней. Управление организацией – динамический процесс, и стратегическое управление маркетингом посредством обзора выступает своего рода «компасом» движения организации на 5/10/15/20 лет. Обзор ПУСМ необходим для определения направлений развития микросистемы и выработки своевременных управленческих решений, исходя из получаемой информации о моделях и перспективах изменений на макроуровне.

Любая организация постоянно взаимодействует на микро-, мезо-, макроуровне с разными заинтересованными сторонами. К ним относятся физические и юридические лица, добавляющие ценность организации или каким-либо образом заинтересованные в ее деятельности, или попадающие под ее влияние. Удовлетворение потребностей и ожиданий заинтересованных сторон способствует достижению организацией устойчивого развития. Стандартом ИСО серии 9004 определены ключевые заинтересованные стороны, среди которых потребители, владельцы и акционеры, работники организации, поставщики и партнеры, общество. Набор этих групп может значительно меняться с течением времени и отличаться в зависимости от организации, отрасли, страны и культуры [7].

В контексте устойчивого развития считаем возможным дополнить предлагаемый стандартом состав заинтересованных сторон и рассмотреть взаимодействие организации с заинтересованными сторонами институционального уровня. Он представлен органами государственного управления, которые не поддаются влиянию со стороны предприятия, но сами оказывают значительное влияние на его развитие и конкурентоспособность. Благодаря вовлечению организации в деятельность заинтересованных сторон институционального уровня, становится возможным предвидеть, прогнозировать и планировать изменения в ней.

Заинтересованные стороны институционального уровня, оказывающие влияние на развитие и конкурентоспособность организации:

- Правительство Республики Беларусь;
- Национальная академия наук Беларуси и ее научно-исследовательские институты; отраслевые и частные НИИ;
- государственные, отраслевые, частные проектные институты.

Разработка Комплексного прогноза НТП Республики Беларусь до 20 лет дает возможность прогнозировать стратегию развития маркетинга организации на 5/10/15/20 лет. Этот уровень обзора включает массу локальных прогнозов: демографических, развития науки и техники, природных ресурсов (геологические), изменения состояния биосферы, социальных и социологических, рыночной конъюнктуры и т. д.

Модель обзора ПУСМ представляет собой информационные потоки для достижения зон устойчивого развития организации при времени изменения процесса или шаге управления Δt_i (5/10/15/20 лет по следующим этапам).

ПЕРВЫЙ ЭТАП. На основе информации комплексных прогнозов развития отраслей, сфер науки, общества, экономики разрабатываются государственные, отраслевые, региональные программы развития и формируются направления государственного финансирования. Результативность реализации таких программ зависит от своевременной реакции всех уровней управления государством на вызовы мирового сообщества, вызовы интересам мировой системы управления, возникающие «разрывы» в государственных системах управления (нарушения закона обратной связи), их инерционность.

ВТОРОЙ ЭТАП. Далее в процесс реализации государственных программ для разработки направлений развития отраслей включаются научно-исследовательские институты НАН Беларуси.

ТРЕТИЙ ЭТАП. Проводится экспертиза и выбираются инновационные технологии развития отрасли, в результаты исследований НИИ включаются проектные институты, результаты работы которых формируют рынок новых производственных, информационных и управленческих технологий для предприятий.

ЧЕТВЕРТЫЙ ЭТАП. Предприятия приобретают инновационные технологии, что позволяет им удерживать устойчивое развитие.

Главная задача стратегического маркетинга организации, ориентированной на обеспечение долгосрочной конкурентоспособности, – быть готовой к появлению новых технологий, следовательно, новых рынков и заинтересованных сторон.

Применение модели обзора позволяет заранее увидеть появление инновационных технологий, необходимых в конкретной стадии жизненного цикла конкурентоспособности организации; определить показатели, которым должен соответствовать процесс управления маркетингом в заданном интервале времени; запланировать необходимые финансовые и человеческие ресурсы организации; найти новые рынки и определить потенциальные заинтересованные стороны, при этом обеспечивая прозрачность процессов управления маркетингом [2].

Обзор предполагает некоторое стороннее наблюдение снаружи объекта управления за процессами, которые могут дестабилизировать его или предоставить дополнительные возможности без обязательного участия субъекта в этих процессах. На каждом из временных интервалов траектории развития ПУСМ $t_1 = 5$ лет, $t_2 = 10$ лет, $t_3 = 15$ лет, $t_4 = 20$ лет обзор выполняет разные задачи, характеризуется разными показателями и скоростью развития ($\Delta\alpha_i$). Чем больше временной интервал обзора, тем больше неопределенность информационного поля для принимаемых решений, однако по ходу движения по траектории развития ПУСМ скорость изменения событий будет возрастать и информационное поле будет становиться все более насыщенным.

Динамика изменения развития ПУСМ предприятия определяет циклы перехода к новым рынкам для обеспечения стратегической конкурентоспособности. Каждый новый виток развития организации корректирует ее прогнозируемую траекторию и планируемые стратегические показатели в каждом последующем пятилетнем интервале, что дает возможность заранее рассмотреть надвигающиеся проблемы и принять меры по их нейтрализации.

ПУСМ, осуществляемые в интервале до 5 лет, характеризуются детерминированными показателями в конкретный момент времени, принятыми к реализации в рамках стратегического плана маркетинговой деятельности организации. В данном случае контрольные точки обзора могут быть полугодовыми, позволяя выстраивать динамику развития показателей и обнаруживать проблемные зоны развития, возникновение конфликтных ситуаций между заинтересованными сторонами, оценивать сильные и слабые стороны сил развития. Анализ первых признаков необходимых изменений позволяет определить целесообразность корректировки траектории развития ПУСМ организации, чтобы обеспечить нормальные, сбалансированные условия ее функционирования.

В первом временном интервале организация функционирует и осуществляет обзор имеющегося освоенного рынка, где потенциально могут появляться новые заинтересованные стороны, меняться их потребности и ожидания.

Обзор в интервале до 5–10 лет характеризуется вероятностными показателями, т. е. анализируется вероятность наступления тех или иных событий при воздействии группы факторов, а в интервале 10–15 и 15–20 лет – стохастическими показателями. Данные обзора служат основой разработки возможных сценариев развития событий и позволяют руководству организации принимать своевременные решения, обеспечивая гибкость управления и отвечая вызовам внешней среды.

При условии внедрения в экономику страны передовых методик и современных систем управления качеством, решаются задачи повышения компетентности, стимулирования, мотивации руководителей и специалистов для перехода на новые уровни стратегического мышления, системного менеджмента и введения инноваций. В результате их выполнения возможно: устойчивое развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности; адекватное распределение

ресурсов для планирования и достижения требуемых рынком уровней качества; а также повышение потенциала организаций и отраслей экономики Республики Беларусь за счет стимулирования внедрения передовых техник качества и эффективного менеджмента; совершенствование систем стимулирования производства конкурентоспособной продукции и предоставления услуг; совершенствование республиканской инфраструктуры качества, адекватной вызовам времени; снижение потерь от неэффективных, нерациональных, неквалифицированных действий руководителей и специалистов на различных уровнях управления; вовлечение в процессы менеджмента качества специалистов организаций и органов госуправления, что будет способствовать системным переменам в них, созданию предпосылок для новаторства и внедрения инноваций [3].

Однако только единичные организации точно применяют предлагаемые мировым сообществом подходы к эффективному менеджменту и создают современные, неформальные и адаптивные к среде системы менеджмента. Вместе с тем внедрение стандарта ИСО 9004:2018 в современных рыночных условиях является тем минимумом, который характеризует способность организации выйти на рынок со своей продукцией или услугами, развиваться и быть конкурентоспособной. При этом речь должна идти о технологиях, процессах и процедурах управления, применяемых в рамках жизненного цикла организации, проектов, продукции и услуг, об инженерных и инженерно-экономических техниках, учитывающих отраслевую специфику для обеспечения устойчивого развития организаций [3].

Как показывает практика, руководители большинства отечественных организаций осуществляют управление процессами, предполагающее ответ организации на изменения среды, лишь тогда, когда уже нанесен ущерб ее конкурентоспособности. В свою очередь, ущерб зависит от соотношения между горизонтом планирования и прогнозирования, задержкой вследствие инерционности, временем, которое требуется организации для реакции на возможные изменения.

Основной вектор задач руководителей направлен на поиск и решение вопросов, связанных с физическим износом, который, в свою очередь, не учитывает тенденции, связанные с научно-техническим прогрессом. Поэтому можно утверждать, что в настоящее время в контексте достижения устойчивого развития все более актуальной становится проблема осмысления высшим звеном управления важности морального износа используемых технологий, стратегического мышления в рамках анализа информационного поля обзора ПУСМ и взаимодействия с заинтересованными сторонами институционального уровня, что дает возможность удерживать конкурентоспособность организации в целом.

У каждого руководителя всегда есть выбор между традиционной стратегией, когда решаются вопросы выживания любой ценой здесь и сейчас (это задачи текущего управления маркетингом) либо стратегией интеллектуального лидерства, когда стратегический маркетинг выходит на первое место и посредством обзора определяет параметры стратегической конкурентоспособности организации на перспективных рынках.

Обзор ПУСМ является инструментом минимизации неопределенности при принятии управленческих решений. Следовательно, руководство организации должно быть заинтересовано в том, чтобы, владея информацией, завершить процесс адаптации организации к новым условиям до наступления воздействия среды, т. е. обеспечить нужную скорость достижения плановых и прогнозных уровней развития.

Стратегический маркетинг предполагает обязательную активизацию стратегического мышления руководителей для достижения устойчивого развития организации, что регламентировано на уровне Правительства Республики Беларусь. Обзор, или «сканирование», информационного поля позволит: заблаговременно отслеживать появление инновационных технологий основного производства и инновационных технологий управления; определить смену организационных структур управления; рассчитать скорость развития новых характеристик организации для обеспечения ее конкурентоспособности, определить нормативы стратегической конкурентоспособности; предвидеть зарождающиеся рынки, новые заинтересованные стороны, их потребности и ожидания.

Для любой производственной организации, осуществляющей свою деятельность в условиях риска и неопределенности, существует проблема постоянного роста и развития конкурентоспособности. Концепция конкурентоспособности часто переплетается с концепцией инновационной деятельности, которая рассматривается как один из важнейших источников конкурентных преимуществ, особенно в условиях стремительно меняющегося мира, где технологический прогресс и либерализация торговли привели к расширению масштабов экономического взаимодействия. Важность проблемы повышения конкурентоспособности и ее связь с инновациями подчеркивается во многих стратегических документах, определяющих пути и направления экономического развития Республики Беларусь [8].

Благодаря внедрению инноваций происходит обновление производственной базы на основе использования энергоэффективных, низкочатратных, наукоемких технологий, применения более дешевых, устойчивых к внешним воздействиям, экологически чистых видов сырья. В результате повышается качество и снижается себестоимость производимых изделий, улучшаются их потребительские характеристики.

Представим траекторию развития стратегической конкурентоспособности производства ($TR^{СКП}$) как функцию нескольких параметров, один из которых характеризует результаты внедрения инновационной технологии (ИТ), второй – результаты функционирования действующей технологии (ДТ), характеризующей инерционное движение (рисунок 4).

Абсолютное значение траектории развития можно определить суммой значений функций ИТ и ДТ. Всего на рисунке изображены три цикла, каждый из которых разделен на 4 фазы: фаза 1_1 (а также 1_2 и 1_3) – возрождение организации с новой инновационной технологией; 2_1 (2_2 и 2_3) – рост производства; 3_1 (3_2 и 3_3) – падение производства и устаревание технологии; 4_1 (4_2 и 4_3) – стагнация и необходимость поиска новых инновационных технологий.

На рисунке зафиксировано, что $f(ТР^{СКП})$, хотя и имеет волновой характер, но в стратегическом периоде растет (начало каждого нового цикла находится выше предыдущего, так как для решения традиционных социальных задач – повышения уровня и качества жизни населения – масштабы производства в долговременном периоде должны расти.

На отрезке волны (на границе 1-й и 2-й фаз) указана точка G, ниже которой темпы роста $ТР^{СКП}$, благодаря повышающимся темпам производства продукции, обновленной в процессе внедрения инновационной технологии, растут быстрее, чем над точкой G.

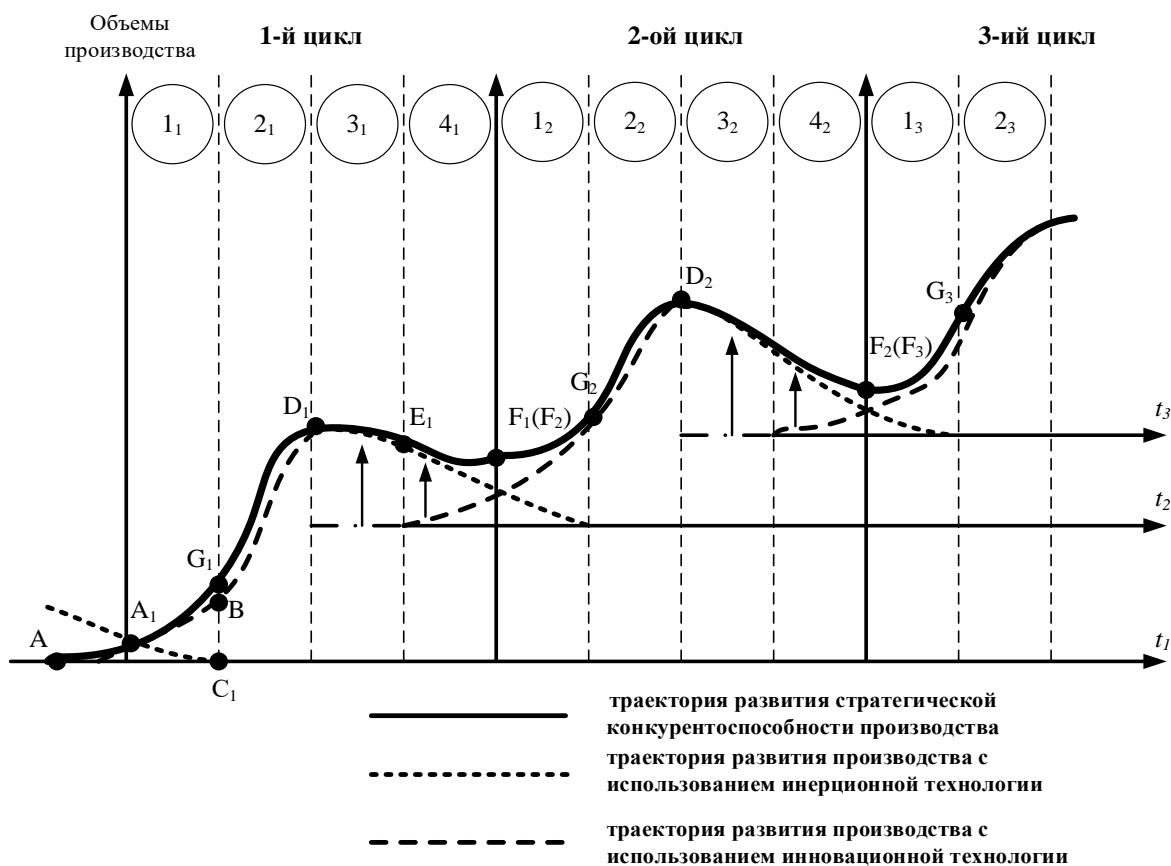


Рисунок 4 – Траектория и фазы развития стратегической конкурентоспособности производства [4]

В точке G производство и продажа продукции «прежней» технологии в основном прекращается; темпы роста траектории постепенно снижаются и становятся равными нулю в точке D; ниже этой точки продукция с «обновленной» технологией приобретает статус «прежней», поэтому ее пунктирное изображение меняется на точечное. От точки A до точки B организация реализует «новую» продукцию в небольших объемах из-за недостаточных объемов ее выпуска. Одновременно продолжается реализация «старой» продукции, но тоже в ограниченных объемах из-за снизившегося спроса.

Жизненный цикл «старой» продукции заканчивается в точке C. В точке B начинается масштабный выпуск продукции с «обновленной» технологией и ее реализация (фаза 2). Фаза 2 завершается в точке D (экстремум в $ТР^{СКП}$); от этой

точки (и правее – ниже) начинает развиваться кризис. «Новая» продукция, производившаяся в фазе 2, морально устареваает, поскольку устареваает технология, снижаются объемы производства и продаж; такая ситуация сохраняется до точки F – окончания текущего цикла, начала следующего.

Сам кризисный период (нисходящая ветвь волны) разделен на две фазы – 3 и 4, и именно они принципиально важны для сохранения конкурентоспособности организации к началу возникновения следующих волн. Здесь должны быть активизированы усилия стратегического маркетинга организации по укорочению ниспадающей части волны (укорочению отрезков волны в фазах 3 и 4). Своевременное и качественное выполнение этой задачи обеспечит резерв стратегической конкурентоспособности [4].

Обновление активной части основных средств организации способствует формированию устойчивых конкурентных преимуществ, облегчающих доступ на различные рынки, обеспечивающих высокую экономическую эффективность и инновационность их деятельности путем систематического сокращения производственных затрат, внедрения передовых технологий и снижения экологических рисков, стимулирует развитие социально ответственного и экологичного бизнеса, а также создает предпосылки для комплексного решения экологической проблемы экономически целесообразными способами [2].

Решающим ориентиром планирования и прогнозирования обновления активной части основных средств выступает моральный износ, поскольку его изменение отражает скорость изменения стратегической конкурентоспособности производственной организации под влиянием НТП.

Мировая практика показывает, что период времени, после которого наступает моральный износ, определяется общим состоянием научно-технического прогресса и для основной массы технологического оборудования в среднем составляет 5–7 лет. Если руководство не начинает поиск или разработку новых технологий на следующий этап жизненного цикла, то через это время организация начинает терять конкурентоспособность и уступать на рынке другим организациям [8].

Таким образом, новыми средствами труда, не подверженными моральному износу, следует считать те, интервалы времени использования которых не превышает 5–7 лет. Это дает возможность устанавливать количественные пределы наступления морального износа, диктующего сроки обновления эксплуатируемого технологического оборудования. Тем самым охваченные и неохваченные моральным износом основные средства получают количественное выражение, а сам моральный износ становится объектом управления в контексте обеспечения стратегической конкурентоспособности производственной организации.

Стратегическая конкурентоспособность каждого субъекта хозяйствования в регионе формирует следующий уровень конкурентоспособности – конкурентоспособность региона. Оценка конкурентоспособности региона представляет собой важную исходную базу для региональных властей, которые призваны обеспечивать выявление, поддержку и наращивание конкурентных

преимуществ своей территории. Для развития региональной конкуренции необходимо проведение основательного анализа уровня социально-экономического состояния региона, что даст возможность установить выгодные взаимоотношения с существующими и возможными партнерами и конкурентами, развивать межрегиональные и межгосударственные экономические отношения. В результате таких мер будет формироваться особая государственная региональная политика, направленная на ускоренное развитие территории с учетом региональных особенностей и конкурентных преимуществ конкретной территории. Конкурентоспособность региона как экономическая категория представляет собой совокупность отношений субъектов и объектов хозяйствования в процессе социально-экономического развития региона в условиях его конкурентного взаимодействия с другими регионами. Конкурентоспособность региона можно характеризовать, как его способность использовать традиционные и формировать новые, адекватному современному этапу развития, источники конкурентных преимуществ, обеспечивающих экономический рост и повышение уровня и качества жизни населения.

Для повышения конкурентоспособности и ускорения экономического развития Брестского региона необходимо в большей степени опираться на создание эффективного перспективного рынка товаров, повышение эффективности стратегического управления, развитие стратегического маркетинга, освоение инновационных технологий, эффективного использования основных производственных фондов с учетом их обновления.

Литература

1. Зацепина, Е. В., Надеина Н.Г. Стратегический маркетинг как фактор устойчивого развития организации / Е. В. Зацепина, Н. Г. Надеина // Актуальные проблемы современных экономических систем – 2019 : сборник научных трудов / Министерство образования Республики Беларусь, Брестский государственный технический университет ; редкол.: А. Г. Проровский [и др.]. – Брест : БрГТУ, 2019. – С. 53–57.

2. Зацепина, Е. В. Конкурентоспособность и экологические аспекты управления маркетингом организации / Е. В. Зацепина, Н. Г. Надеина // Эколого-экономические и организационно-управленческие аспекты в решении задач оптимального функционирования водохозяйственных систем : монография / А. А. Волчек [и др.]. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – Разд. 5. – С. 125–150.

3. Зацепина, Е. В. Формирование системы управления стратегическим маркетингом производственных организаций: автореф. дис. ... к-та экон. наук : 08.00.05 / Е. В. Зацепина; БГЭУ. – Минск, 2023. – 29 с.

4. Зацепина, Е. В. Стратегический маркетинг и его влияние на конкурентоспособность организации / Е. В. Зацепина // Вестн. Брест. гос. техн. ун-та. – 2019. – № 3 : Экономика. – С. 35–39.

5. Кисель, Е. И. Интегрированная система менеджмента и ее влияние на эффективность инвестиционно-строительных проектов / Е. И. Кисель // Эколого-экономические и организационно-управленческие аспекты в решении задач оптимального функционирования водохозяйственных систем : монография / А. А. Волчек [и др.]. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – Разд. 2. – С. 45-63.

6. Кисель, Е. И. Производственное планирование в строительных организациях Брестского региона: тенденции, проблемы, перспективы / Е. И. Кисель, Л. Г. Срывкина // Новая экономика. – 2019. – № 2. – С. 19–23.

7. Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации. Подход на основе менеджмента качества: СТБ ISO 9004-2010 (ISO 9004:2009, IDT). – Взамен СТБ ИСО 9004-2001; введ. 01.01.2011. – Минск : Государственный комитет по стандартизации Республики Беларусь: БелГИСС, 2010. – 45 с.

8. Научная электронная библиотека «Киберленинка» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-strategicheskogo-marketinga-kak-osnova-upravleniya-konkurentosposobnostyu-predpriyatiy>. – Дата доступа: 01.04.2023.

9. Об утверждении Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] : Указ Президента Республики Беларусь, 29 июля 2021 г., № 292 // Министерство экономики Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://economy.gov.by/uploads/files/macro-prognoz/Ukaz-292--1.pdf>. – Дата доступа: 03.05.2023.

10. Статистический ежегодник Брестской области, 2022 : стат. сборник / редкол.: О. Н. Вилавская [и др.]. – Минск : Нац. стат. комитет Республики Беларусь, 2022. – 371 с.

11. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2022 : стат. сборник / редкол.: И. В. Медведева [и др.]. – Минск : Нац. стат. комитет Республики Беларусь, 2022. – 407 с.