

силы воздействия. Принятие решения является результатом возникновения проблемы. Управленческие решения требуют комплексности, научной обоснованности и соответствия современным техническим возможностям. Выработка решений включает в себя:

- определение цели;
- сбор необходимой информации и анализ проблемы;
- оценка возможных последствий принимаемого решения и их обоснование;
- привлечение специалистов/ экспертов (при необходимости);
- генерация и выбор оптимального решения;
- принятие решения;
- детализация решения исполнителям;
- контроль за исполнением решения;
- внесение корректив.

Управленческое решение может иметь не только позитивный эффект, но и отрицательные последствия. Именно поэтому необходимо поставить вопрос о разработке и организации целого комплекса управленческих решений, который будет включать в себя все сферы деятельности предприятия. К обязательным сферам следует отнести кадровую политику, маркетинг, производство и эксплуатацию оборудования. Необходимым условием при выработке решений является наличие полной, актуальной и достоверной информации, которая должна быть подвергнута всестороннему анализу. Разработанный комплекс управленческих решений должен стать шаблоном по решению как стандартных, так и комплексных проблем для руководителей всех звеньев. Это позволит получить организации новые конкурентные преимущества, которые могут оказаться решающими в борьбе за выживание и лидерство на рынке.

А. Лобанова, В.И. Накарякова*

Российский государственный профессионально-педагогический университет

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ В КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ

В настоящее время тема мирового финансового кризиса является одной из самых актуальных. Однако имеется немного данных о методах преодоления кризиса в ситуации глобального масштаба, но и в локальной, затрагивающей только конкретное предприятие. Таким методом, по нашему мнению, является анализ жизненного цикла (ЖЦ) организации и принятие соответствующей

* Лауреат Всероссийского научного конкурса «Научный стиль»

стратегии развития. В рамках рассматриваемой темы нас интересует стадия спада ЖЦ. Этот этап характеризуется резким падением сбыта и снижением прибыли, организация ищет новые возможности и пути удержания рынков. Рассмотрим один из методов управления конкурентоспособностью на примере деятельности ООО «МегаСпейс» г. Перми. Анализ деятельности предприятия говорит о ее прочном положении на рынке.

Согласно теории А.Д. Литтла, для компаний занимающих прочное положение на зрелом рынке развитие может быть осуществлено через следующие стратегии: обратная интеграция, развитие бизнеса за рубежом, развитие производственных мощностей за рубежом, экспорт той же продукции, прямая интеграция, лицензирование за рубежом, новые продукты – те же рынки, те же продукты – новые рынки, те же продукты – те же рынки.

Учитывая предложенные стратегии, остановимся на повышении конкурентоспособности используя стратегию «новые продукты – те же рынки», используя франчайзинг. Экономическая выгода представляет собой следующее: согласно договора франчайзинга компания-владелец бренда предоставляет 30% скидку на партию размером 800 тыс. р., причем периодичность заказа – не менее 1 раза в месяц. В год получается 12 заказов на общую сумму 9,6 млн. р. С учетом скидки, общая сумма годового товарооборота составит: $9,6 - (9,6 * 0,3) = 6,72$ млн. р. Экономия составит: $9,6 - 6,72 = 2,88$ млн. р. Оплата франшизы – 10% от месячного товарооборота, т.е. 80 тыс. р. За год сумма отчислений составит: $(80 * 12) = 960$ тыс. р. Затраты на оборудование и оформление помещения в соответствии с фирменным стилем компании «Samsung» не превысят 0,7 тыс. р. Чистая прибыль предприятия составит: $2,88 - 0,7 - 0,96 = 1,22$ млн. р.

Кроме того, к дополнительным выгодам при приобретении франшизы можно отнести следующее: возмещение части затрат на рекламу; предоставление фирменного оборудования; обучение; помощь на начальном этапе; централизованные закупки. Исходя из приведенных расчетов, наглядно показывающих прибыльность данной стратегии, можно смело рекомендовать это стратегическое направление. В заключение можно отметить, что организации в течение ЖЦ уверенно развиваются, несмотря на кризисные ситуации, как глобального масштаба, так и снижения эффективности деятельности конкретного предприятия, когда имеют обоснованную стратегию и рационально используют имеющиеся ресурсы, перестраиваются на требования внешней среды.