

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Студенты гр. 11306116 Завацкая Д. С., Чайка Л. А.

Канд. экон. наук, доцент Гурина Е. В.

Белорусский национальный технический университет

Подходы к обеспечению предприятием устойчивых конкурентных преимуществ меняются в процессе перехода от одной стадии своего развития к другой. Отсутствие внимания к этой проблеме со стороны руководства предприятия приводит к неэффективности применяемых стратегий поддержания конкурентоспособности и несоответствию предприятия рыночным условиям конкуренции. Стремление руководства предприятия к улучшениям, новшествам и переменах во всех аспектах хозяйственной деятельности предприятия, совершенствование и увеличение количества источников конкурентных преимуществ, применение системного подхода к формированию конкурентных преимуществ – основные принципы формирования и поддержания конкурентных преимуществ.

Уровень конкурентного преимущества фирмы определяется ее конкурентным статусом. Повышение конкурентного статуса предприятия является предпосылкой достижения фирмой конкурентного преимущества, а также достижению сбалансированности интересов потребителей и предприятия.

Процесс повышения конкурентного статуса предприятия связан с необходимостью согласования связей систем управления качеством продукции, товаров, услуг на уровне хозяйствующих субъектов с экономической и конкурентной политикой на региональном уровне. В настоящее время обеспечение конкурентоспособности предприятия главным образом зависит от деловой восприимчивости ее сотрудников к малейшим изменениям предпочтений потребителей, а также их способности своевременно удовлетворять собственные потребности. Однако необходимо помнить, что вектор обеспечения конкурентоспособности все более смещается в сторону повышения эффективности использования интеллектуальных ресурсов предприятия, способных решить не только вопросы повышения качества или снижения издержек и цен.

Стратегии повышения конкурентных преимуществ предприятия необходимо определять исходя из имеющихся возможностей предприятия, его целей и конкретных условий деятельности, постоянно проводить комплексные исследования по определению путей достижения его конкурентоспособности и укрепления конкурентного статуса.