

Создание конкурентного преимущества промышленного предприятия

Сахнович Т.А., Якушева М.П.

Белорусский национальный технический университет

Конкурентные преимущества имеют различные формы проявления и различный уровень иерархии. Они подразделяются на: долгосрочные, среднесрочные и краткосрочные; устойчивые и нестабильные; уникальные и имитируемые и т.д.

Конкурентные преимущества являются концентрированным проявлением превосходства над конкурентами в экономической, технической, организационной сферах деятельности предприятия, которое можно измерить экономическими показателями (дополнительная прибыль, более высокая рентабельность, рыночная доля, объем продаж и др.)

Формирование конкретных конкурентных преимуществ, требует системного подхода, который обеспечит адаптацию системы управления предприятием к изменениям рынка, и создаст условия для эффективной адаптации на постоянной основе.

В связи с этим разработка процесса формирования конкурентных преимуществ включает следующие этапы:

- 1) анализ состояния и тенденций развития целевого рынка и деятельности конкурентов (позволит оценить шансы предприятия в конкретном целевом сегменте и реальные возможности опередить конкурентов в борьбе за увеличение рыночной доли);
- 2) стратегическая деятельность предприятия (главная цель – определение принципов и правил достижения преимуществ над конкурентами в целевых сегментах рынка для выработки соответствующей стратегии поведения в конкурентной борьбе);
- 3) тактическая деятельность предприятия (реализация стратегии конкуренции на практике, доведение ее до создания реальных конкурентных преимуществ – обосновать, разработать и внедрить стратегические замыслы, обеспечив этим конкурентные преимущества).

Системный подход к вопросу обеспечения преимуществ перед конкурентами создает условия для повышения эффективности реализации экономических интересов предприятия, а следовательно, и повышения конкурентоспособности продукции и предприятия в целом.