

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

MAIN DIRECTIONS OF STRATEGIC DECISIONS
OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS

Козленкова О.В.
Kozlenkova O.V.

Белорусский национальный технический университет
Belarusian National Technical University

Аннотация. Предприятиям необходимо разрабатывать политику эффективного устойчивого развития. Стратегическое управление придает приоритетное значение эффективному взаимодействию предприятия с внешней средой и достижению на этой основе устойчивых конкурентных преимуществ.

Summary. Businesses need to develop policies for effective sustainable development. Strategic management gives priority to the effective interaction of the enterprise with the external environment and the achievement of sustainable competitive advantages on this basis.

Стратегия является эффективным средством достижения долгосрочных целей в области конкуренции, она является комплексом научно разработанных методических и управленческих решений и важнейшим аспектом в стратегическом управлении.

Наличие конкурентной стратегии служит фактором роста конкурентоспособности организации.

Предприятия, стремящиеся сохранить свою конкурентоспособность в будущем, вынуждены согласовывать свои текущие и перспективные интересы. Невозможно решать только текущие проблемы. Необходимо разрабатывать политику эффективного устойчивого развития. Стратегическое управление придает приоритетное значение эффективному взаимодействию предприятия с внешней средой и достижению на этой основе устойчивых конкурентных преимуществ.

Предприятия осуществляют свою деятельность на рынке в условиях жесткой конкуренции. Для сохранения нормального положения на рыночно-хозяйствующие субъекты должны постоянно отслеживать изменения ры-

ночной среды, нарабатывать методы противодействия негативным моментам для сохранения своей конкурентоспособности.

Задача управления конкурентоспособностью предприятия представляет собой задачу управления конкурентоспособностью его потенциала.

Стратегия конкуренции, которая позволяет организации занять сильную позицию в конкурентной борьбе, обеспечивает ей наибольшее конкурентное преимущество, определяет основные принципы и ориентиры поведения предприятия на рынке, желательные характеристики состава потребителей, характер конкурентной борьбы. Стратегия является эффективным средством достижения долгосрочных целей в области конкуренции, которые фирма сформулировала в миссии, она является комплексом научно разработанных методических и управленческих решений, предусматривающих наиболее полное удовлетворение потенциальных покупателей за счет завоевания наилучшей позиции на целевом рынке. Это обеспечивается благодаря сформированному значительным конкурентным преимуществам.

Целью конкурентной стратегии является достижение существенного превосходства над главными конкурентами в части предложения приемлемых по потребительским свойствам и цене товаров и услуг.

Очень важным является наличие знаний и достоверной информации о структуре рынка, характере конкуренции на нем, оценка внутреннего потенциала компании и определение направлений достижения конкурентных преимуществ.

Главным моментом конкурентоспособности организации выступает операционная эффективность, так как при рациональном употреблении существующих в наличии ресурсов организация имеет возможность оперативно реагировать на изменяющиеся внешние условия и вводить нововведения.

Поэтому одним из существенных условий экономического выживания организации служит разработка стратегии повышения ее конкурентоспособности, то есть повышения способности организации удовлетворять спрос рынка на базе более эффективного применения ограниченных финансовых средств по сравнению с конкурентами.

Создание конкурентной стратегии организации – наиважнейший аспект в стратегическом управлении.

Под конкурентной стратегией понимается совокупность принципов деятельности организации и ее связей с внешним и внутренним миром, перспективных целей, а также соответствующих решений по выбору инструментов достижения, а также ориентированности на деловую активность. Это главный курс организации, направленный на достижение стратегических целей и способствующий формированию конкурентных преимуществ на рынке.

По мере движения организации к поставленным целям, она должна постоянно наблюдать за промежуточными результатами и осуществлять контроль изменений в микро – и макросреде. Часто бывают случаи, когда обстановка непредсказуема и стремительно изменяется. При этом фирма должна проанализировать очередность собственных действий, а также программы, стратегии и даже цели.

Наличие конкурентной стратегии служит фактором роста конкурентоспособности организации.

Выделяют два важных направления стратегических управленческих решений, направленных на повышение эффективности:

- повышение эффективности функционирования организации;
- обеспечение процессов взаимодействия подразделений организации.

Стратегические решения, направленные на реализацию процессов взаимодействия структурных подразделений организации, базируются на подходах маркетинга отношений, формировании гибких организационных структур и обеспечении конфликтной устойчивости взаимодействия. Стратегические показатели результатов представляют «сбалансированный» взгляд на общую конкурентную стратегию, отражающий финансовую составляющую, клиентскую, внутренние бизнес-процессы, а также обучение и развитие. Этот подход позволяет уже на первоначальной стадии дать оценку уровню успешности деятельности организации.

Для успешной реализации стратегических мероприятий следует осуществить комплекс мероприятий: анализ основных бизнес-процессов по критериям соответствия Миссии и Стратегии, выявление действенности алгоритмов в рамках концепции «затраты – результат», рассмотрение оптимальности распределения обязанностей внутри фирмы, проведения кадрового учета, оценки бизнес-процессов с применением SWOT-моделей, и в конечном итоге, создание документации, позволяющей произвести оценку текущему положению, желаемому положению, и определение необходимых изменений.

Успешная организация владеет информацией обо всех собственных клиентах, а также их потребностях и требованиях. Часто клиенты не могут выразить собственные предпочтения. В этом случае организация действует за них. Кроме этого, организация должна неустанно производить поиски скрытых пожеланий клиента с целью их осуществления.

Организация должна находиться в постоянной связи с клиентами в процессе предоставления услуг. Работники организации должны ясно понимать необходимость максимально полного удовлетворения потребностей собственных клиентов.

С целью эффективного функционирования стратегии, формирования взаимоотношений организации с клиентами, важно перевестись в поле конкретных задач, направленных на целевые сегменты потребительского рынка.

Очень важным в процессе реализации стратегии развития взаимоотношений организации с клиентами является проведение анализа сегментации рынка. С этой целью организация устанавливает задачи в каждом выбранном сегменте и выявляет действия, которые необходимо совершить, и действия, которые совершать не следует.

Процесс формирования стратегии эффективных взаимоотношений организации с клиентами отражается таким показателем, как процент «базовых» клиентов. Под «базовыми» клиентами подразумеваются те, которые в будущем позволят расширить клиентскую базу. Этот показатель дает возможность отслеживать прирост подобных клиентов по отношению к предыдущим периодам. Процесс создания и постоянного поиска «базовых» клиентов позволяет сформировать мультипликативный эффект в ходе привлечения и удержания клиентов.

Стратегия повышения конкурентоспособности, базирующаяся на повышении эффективности операционной деятельности, подразумевает хорошее владение сведениями собственных целевых клиентов и сегментов рынка.

Повышение эффективности операционной деятельности организации является важнейшим компонентом, оказывающим прямое воздействие на конкурентоспособность. При этом каждая организация расположена в уникальной конкурентной среде, в соответствующей стадии собственного жизненного цикла, действует в конкретной рыночной структуре. В зависимости от этих особенностей функционирования организации важно определить приоритетные компоненты, позволяющие определить степень ее конкурентоспособности. Разные компоненты конкурентоспособности являются более или менее важными в зависимости от особенностей, и, следовательно, важно в первую очередь проводить анализ, осуществлять контроль и корректировать механизм управления конкурентоспособностью. Процессы совершенствования операционной деятельности наиболее значимы для организаций на этапе роста в структуре жизненного цикла. В этот период важно осуществлять контроль за моментально увеличивающимся объемом производства и связанным с ним издержками. При этом можно увеличивать цены на используемые ресурсы. Важно уделять достаточное внимание внутрифирменным показателям, таким как рентабельность, коэффициенты оборачиваемости и операционной эффективности. В ситуации активной конкуренции на рынке следует отслеживать преимущества и осуществлять контроль над результативностью операционной деятельности организации. Эти особенности отражаются в количественной оценке степени конкурентоспособности организации и механизме управления ею.