

УДК 658.5.012.1

Система менеджмента качества предприятия. Новые стратегии обеспечения конкурентоспособности предприятия

Соколова Татьяна Борисовна – кандидат педагогических наук, доцент, преподаватель Российского государственного профессионального педагогического университета.

Игольник Оксана Васильевна – студент Машиностроительного факультета Института инженерно-педагогического образования Российского государственного профессионального педагогического университета.

Аннотация: В связи с ростом и развитием фирм, всё больше компаний старается внедрить или усовершенствовать систему менеджмента качества предприятия. Всё больше компаний уделяет этому вопросу огромное значение. Любая компания нуждается в разработке тех стратегий, что могут обеспечить конкурентоспособность предприятию, и помогут, стать ей успешнее. В данной статье будет рассмотрен вопрос обеспечения конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: Финансовая конкурентная борьба, конкурентоспособность фирмы, политика снабжения конкурентоспособности компании, конкурентоспособное превосходство, система менеджмента качества предприятия.

Введение

В первую очередь, перед тем как погружаться в исследование стратегий обеспечения конкурентоспособности фирмы, следует предоставить определения главным понятиям.

Для начала дадим определение понятию стратегии предприятия

Стратегия предприятия - это систематический план его потенциального поведения в условиях неполноты информации о будущем развитии среды и предпринимательства, включающая формирование миссии, долгосрочных целей, а также путей и правил принятия решений для наиболее эффективного использования стратегических ресурсов, сильных сторон и возможностей, устранение слабых сторон и защиту от угроз внешней среды для будущей доходности [2].

Политика компании нужна, в первую очередь, с целью достижения постоянного повышения объемов деятельности.

Стратегия разрабатывается руководством компании и согласовывается с целью её осуществления и внедрения в компанию.

Новые стратегии обеспечения конкурентоспособности предприятия

Рассмотрим главные принципы для разработки.

Направленность на долговременные глобальные миссии компании как хозяйственной организации и экономические заинтересованности его собственников.

Разрабатывая стратегию компании, менеджеры обязаны разбираться непосредственно в миссиях компании. Ведь базой в интересах компании считается единая политика. Как закон эта политика разрабатывается на года вперед, и считается долговременной.

Беспереывность исследования стратегии, непрерывная привыкание к переменам, какие случаются в внутренней и внешней среде [3].

По этой причине политика компании в силах отчасти лишаться собственной значимости. Данный принцип считается весьма значимым при разработке стратегии.

Разрабатывая стратегию компании, не нужно разбираться ограниченно, так как внешняя обстановка активно изменяется. Тенденции раскручивания компании обязаны являться альтернативными.

Политика компании обязана включать все без исключения тенденции работы, и разновидности ресурсов и функции. Так как политика раскручивания компании считается совокупной для в всей фирмы.

Конкурентноспособная политика компании - это политика, разработанная в условиях усовершенствование качества, развитие способов изготовления продукции, улучшение предоставляемых услуг, либо уменьшения их стоимости. С целью занятия доходной позиции на рынке.

Конкурентная политика находится в зависимости с состязательных превосходств, какие ранее существуют у компании, и вероятных состязательных превосходств.

Любая организация нацелена на приобретение доходов, и старается регулярно повышать собственный доход. Непосредственно, стремление повышения прибыли подталкивает начальство компании на исследование и разработку конкурентноспособной стратегии. Конкурентноспособные стратегии в интересах компании представляют собой исключительно личными разработками и достижениями компании. Любая компания, либо предприятие при исследовании стратегии делает ставку на собственные сильные стороны.

Конкурентноспособные стратегии зачастую меняются, либо совсем становятся неактуальными. Это происходит в следствии с неэффективностью разработанной стратегии при её осуществлении, либо с «поражением» в конкурентноспособной войне фирме-сопернику.

При разрабатывании конкурентноспособной стратегии, руководитель обязан детально исследовать сведения рекламного анализа и кривую спроса. Оплешность менеджера при исследовании конкурентноспособной стратегии, обойдётся фирме ущербом не только на время, но и к потерям навсегда(при падении авторитета фирмы)

К примеру: расходы на неэффективную рекламу и невостребованный рост выпуска изготавливаемой продукции или предоставляемых фирмой услуг.

Существуют различные концепции конкурентоспособных стратегий. Подбирая её для своей компании руководитель обязан разбираться в:

- специфике изготовления товара;
- внешние и внутренние обстоятельства;
- конкурентное функционирование остальных компаний;
- финансовое состояние компании.

Проанализировав данные, руководитель обязан подобрать более подходящую концепцию конкурентоспособной стратегии в интересах компании.

Разнообразные конкурентоспособные стратегии предоставляют и разнообразные конкурентоспособные достоинства.

Конкурентное превосходство - наличие ресурсов компании, и степень их результативного применения.

Кроме того конкурентоспособное превосходство возможно установить сравнивая их с превосходством соперников и качеством их продукта, что приводят к повышению спроса в данный момент на рынке, в соответствии с сопоставлением с конкурентоспособными аналогами.

Заключение

Политика непрерывного улучшения нацелена на лидерство. Суть такого рода стратегии заключена на то что руководитель стремительно наступает на компании соперников собственным господством.

Стратегия защиты и укрепления заключается в недопустимости совершенствования соперников и их превосходства.

Такого рода стратегии используют фирмы, что ранее держали первенство, и никак не расширяются, дабы не спровоцировать интерес антимонопольного комитета. Главной стратегией такого рода тактики считается увеличение рамок, с целью недопущения в рынок свежих компаний и лимитирования увеличения компаний.

Стратегия компаний, что идут по стопам фаворитов, заключают значение стратегии в переустройстве соперников в последователей. В таком случае имеется компания-руководитель, которая нажимом может дать осознать компаниям, что в сфере имеется только лишь единственный постоянный фаворит. Все без исключения другие фирмы имеют все шансы только следить и копировать. Руководитель стремительно соответствует такого рода вежливому стилю, компании-лидеру.

Список литературы

1. Барабась, Д. О. Конкурентні стратегії підприємства / Д.О. Барабась // Стратегія економічного розвитку України: Науковий збірник. – Вип. 2-3. – К.: КНЕУ, 2000. – С. 201-208
2. Бутко, Г.П. Экономическая стратегия управления конкурентоспособностью промышленных предприятий: диссертация на соискание ученой степени д.э.н. / Г.П. Бутко // Российская государственная библиотека.–Екатеринбург, 2003– 367 с.
3. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация: Монография /А.Э. Воронкова; Восточнoукраинский национальный университет. – Луганск: ВНУ, 2000. – 315 с. – Библиогр.: С. 299-313.
4. Томпсон-мл, А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа, 12-е издание / А.А. Томпсон-мл, А.Дж. Стрикленд III. – М.: «Вильямс», 2006. – 928 с

{social}