

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ

Управление конкурентоспособностью продукции является одним из функциональных направлений управления предприятием в целом и подчиняется его правилам, методам и законам. Существует ряд авторов, которые говорят о подмене понятия «управление предприятием» понятием «управление конкурентоспособностью». Так, Фатхутдинов Р.А. в своей работе [63] говорит о тождественности этих двух систем. «Такое переименование систем управления, - пишет автор, - считаем правомерным, поскольку целью большинства организаций должно быть обеспечение конкурентоспособности выпускаемого товара (выполняемой услуги) на внешнем или внутреннем рынках» [1, с. 11].

Группа авторов под руководством Т.А. Бурцевой считает, что обеспечение конкурентоспособности – это, прежде всего, философия управления всей системой в условиях рынка. Конечной целью всей работы предприятия является выпуск продукции, которая полностью отвечала бы требованиям целевого рынка. Такой результат обеспечивает комплексная система управления качеством и конкурентоспособностью продукции на предприятии, потому ее разработка, внедрение и функционирование, является основой функционирования предприятия [2, с. 42].

Такой подход на наш взгляд преувеличивает роль управления конкурентоспособностью продукции в общей системе управления предприятием, так как деятельность предприятия охватывает действия непосредственно не связанные с производством или реализацией продукции (участие капитала предприятия в других предприятиях, социальные, спонсорские проекты и т.д.).

Что же представляет собой управление конкурентоспособностью продукции? В работе [3, с. 135] Салли В.И. предлагает под управлением конкурентоспособностью продукции понимать влияние на производственно-экономическую систему предприятия с целью достижения определенного типа поведения, то есть функционирование производственно-экономической системы с учетом внутреннего и внешнего окружения. В этом разрезе процесс управления конкурентоспособностью продукции рассматривается как выработка определенного механизма адаптации системы к внешним и внутренним воздействиям.

Такое определение не отображает сущность понятия управление конкурентоспособностью, а лишь раскрывает его функциональную характеристику.

Карпюк В.П. в работе [4, с.209] под управлением конкурентоспособностью продукции предлагает понимать процесс идентификации, планирования, формирования, содержания и наращивания (нагромождение) конкурентных преимуществ продукции, на каждом этапе создания добавленной стоимости с целью повышения уровня конкурентоспособности продукции или удерживания его на запланированном уровне. В основу данного определения положен подход М. Портера, который в свою очередь этапы создания добавленной стоимости делил на 1) обеспечение поставок сырья; 2) выполнение работ (производство продукции, предоставления услуг); 3) обеспечение сбыта продукции; 4) маркетинг и продажа; 5) обслуживание (в том числе гарантийное) [5, с. 110].

Осипов В. М. на основании проведенных исследований делает вывод, что «... управління конкурентоспроможністю продукції являє собою процес, в якому діяльність, спрямована на

досягнення цілей, повинна розглядатися не як одночасна (при плануванні та обґрунтуванні випуску конкретного виду продукції та її обсягу), а як серія безперервних, взаємопов'язаних дій (реалізація функцій управління), що об'єднані процесами комунікацій та прийняття рішень» [6].

Данное определение наиболее близко подходит к самой распространенной трактовке понятия управления конкурентоспособностью продукции. Собецкая Г. предлагает его в своей работе [7, с. 29]: «Під управлінням конкурентоспроможністю продукції слід розуміти процес планування, забезпечення необхідного рівня і підвищення конкурентоспроможності продукції за допомогою цілеспрямованого впливу на умови і чинники, що формують конкурентоспроможність. При цьому конкурентоспроможність продукції створюється в рамках функціонування певних процесів: дослідження, розробки, виготовлення і споживання. Отже, управління конкурентоспроможністю продукції на різних стадіях здійснюється опосередковано через управління процесами її створення і просування.»

Управление конкурентоспособностью на индивидуальном и микроэкономическом уровнях, требует формирования комплексной системы управления конкурентоспособностью. Самая простая система управления состоит из двух элементов, один из которых должен быть способен воздействовать, а другой – воспринимать это воздействие. Другими словами, любая система имеет объект и субъект управления, которые находятся в постоянной связи и взаимодействии [8, с. 6]. Система управления конкурентоспособностью продукции представляет собой совокупность управленческих органов, объектов управления и разнообразных мероприятий, которые сформированы под воздействием возможностей предприятий-производителей, потребностей потребителей и силы конкурентов с целью обеспечения крепких конкурентных позиций предприятия, сохранения существующих и наращивания новых конкурентных преимуществ продукции [9, с. 125].

Как отмечает Салли В.И. – автор работы [3] – цель управления конкурентоспособностью продукции на промышленном предприятии заключается в обеспечении конкурентоспособности продукции на рынке в настоящее время и в будущих периодах. При этом объектом в этой системе управления выступают конкурентные преимущества, которые выступают основными факторами обеспечения более выгодного положения продукции предприятия по сравнению с товарами-конкурентами [3, с. 133].

Являясь частью системы управления предприятия, управление конкурентоспособностью продукции подчиняется ее законам. Так, в теории управления существует целый ряд научных подходов к формированию систем управления, которые в той или иной мере могут быть применимы в процессе управления конкурентоспособностью.

Системный подход заключается в рассмотрении объектов как многокомпонентных систем, представляющих совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих элементов, вносящих свой вклад и влияющих на результат функционирования и использования объекта. Необходимость применения системного подхода при изучении объектов, состоящих из разных взаимосвязанных частей, обусловлена тем обстоятельством, что в таких объектах проявляется принцип эмерджентности, в соответствии с которым, совокупный объект обладает качествами, не присущими каждому из составляющих его элементов, рассматриваемых в отдельности, изолированно друг от друга. Соединение этих элементов в единую систему приводит к появлению дополнительного, синергетического эффекта, порождаемого не отдельными частями системы, а их взаимосвязью и совместным действием.

I МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЯ
«Проблеми та перспективи інноваційного соціально-економічного розвитку
в умовах глобалізації: регіональний вектор», Ізмаїл - 2012

Принцип целевого подхода к управлению предполагает ключевую роль точного определения цели в управлении предприятием. Именно на основании поставленных целей и задач управления определяются стратегия и тактика, и регулируются все действия в процессе управления системе. Каждое действие должно иметь ясную и определенную цель. От правильности выбора цели во многом зависят структура, состав функций, размеры системы управления конкурентоспособностью рыбной продукции и ее эффективность.

Сущность инновационного подхода к управлению заключается в ориентации развития производства на активизацию инновационной деятельности, в области базовых наукоемких технологий, являющихся двигателями развития производственной системы. Факторы производства и инвестиции должны быть средствами научно-обоснованной инновационной деятельности, а не ее целью.

При применении комплексного (междисциплинарного) подхода должны учитываться технические, экологические, экономические, организационные, социальные, психологические аспекты управления и их взаимосвязи. Если упустить один из аспектов управления, проблема не будет решена полностью.

Глобальный подход реализуется через развитие новых информационных технологий, что позволило значительно упростить международную интеграцию и кооперацию. В связи с этим, решение большинства управленческих проблем должно отвечать требованиям системности, логичности, комплексности в рамках мирового сообщества. Глобальный подход в настоящее время применяется при решении вопросов международной стандартизации, метрологии и сертификации.

Маркетинговый подход предусматривает ориентацию на потребителя управляющей подсистемы при решении любых задач. При применении маркетингового подхода приоритетами выбора критериев управления будут следующие: повышение качества объекта в соответствии с нуждами потребителей; экономия ресурсов потребителей за счет повышения качества продукции, сервиса и других факторов; экономия ресурсов в процессе производства за счет реализации эффекта масштаба, НТП и совершенствования системы менеджмента.

Сущность эксклюзивного подхода к управлению конкурентоспособностью заключается в приобретении субъектом управления исключительного права на пользование по своему усмотрению новшеством в любой области деятельности или конкурентным преимуществом. Объектом для реализации эксклюзивного подхода являются: конкурентный персонал, патент, торговая марка, новые информационные технологии. Эксклюзивная ценность может быть сформирована за счет применения современных научных подходов, методов и технологий управления различными объектами.

Процессный подход рассматривает функции управления как взаимосвязанные. В связи с этим, представляется необходимым рассмотреть наиболее значимые из них. При этом выделяются следующие функции управления:

1. Планирование – функция управления по анализу ситуаций и факторов внешней среды, прогнозированию и оценке альтернативных вариантов достижения намеченных целей.
2. Организация процессов – функция управления, представляющая комплекс управленческих и производственных процессов по реализации планов, по установлению связей, организации взаимодействия и согласованности работы компонентов системы.

I МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЯ
«Проблеми та перспективи інноваційного соціально-економічного розвитку
в умовах глобалізації: регіональний вектор», Ізмаїл - 2012

3. Учет и контроль – функция управления по фиксации ресурсов на разных этапах управления и обеспечение выполнения программ, реализующих управленческие решения.

4. Мотивация- процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения целей фирмы.

5. Регулирование – функция управления по изучению изменений факторов внешней среды, оказывающих влияние на эффективность менеджмента.

Структурный подход по отношению к проблеме управления конкурентоспособностью заключается в определении значимости приоритетов среди факторов конкурентоспособности с целью установления рациональности соотношения и повышения обоснованности распределения ресурсов. Прежде чем применить структурный подход, необходимо произвести структуризацию проблемы, выявить элементы, которые данную структуру образуют.

Ситуационный подход концентрируется на том, что применение различных методов управления определяется конкретной ситуацией. Поскольку количество факторов, оказывающих влияние на организацию, велико, то не существует единого способа наилучшим образом управлять объектом. Самым эффективным в конкретной ситуации является метод, который, более всего, соответствует данной ситуации.

Поведенческий подход базируется на оказании помощи работнику в осознании своих собственных возможностей, способностей на основе применения концепций поведенческих наук. Целью такого подхода является повышение эффективности организации за счет повышения эффективности человеческих ресурсов [10, с.58-92].

Для разработки конкретных моделей систем управления конкурентоспособностью продукции используют различные сочетания данных подходов. Рожков В.О. (на основании работы Тотьева К.Ю.) для предприятий металлургической отрасли предлагает в основу системы управления конкурентоспособностью продукции положить следующие общие принципы:

- a. ориентация производства металлургической продукции на рыночную конъюнктуру;
- b. принцип целевой стратегии управления;
- c. принцип системности, комплексности управления конкурентоспособностью;
- d. принцип ориентации на конечные результаты;
- e. принцип стимулирования [11].

Существует мнение, что чем сложнее и дороже объект, тем большее число подходов при формировании системы управления конкурентоспособностью продукции должно применяться [1, с. 13].

При всем многообразии подходов целевой подход в управлении конкурентоспособностью, на наш взгляд, является ключевым в формировании системы управления любого предприятия. В работе [3, с. 129] постановку цели автор ставит во главу построения модели управления конкурентоспособностью продукции. Именно комплексная увязка целей, задач, средств достижения этих цели и ресурсов позволяет достичь запланированных конечных результатов. Это и составляет основу комплексного системного подхода к организации управления.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью//Стандарты и качество. - 2000. - №10. - С. 10-13.
2. Бурцева Т.А. Управление маркетингом: [учебное пособие] / Т.А .Бурцева, В.С. Сизов, О.А. Цень.. - М.: Экономистъ, 2005. – 271 с.
3. Саллі В.І. Стратегічне управління виробництвом конкурентоспроможної продукції машинобудування/В.І. Саллі, О.А. Паршина. Нац. Гірн. Ун-т. - 2008. - 231 с.
4. Карпюк В.П. Управління конкурентоспроможністю продукції // Вісник ЖДТУ, - 2009. - №4 (50). - С. 209-213.
5. Портер М.Э. Конкуренция, Научно-популярное издание.- М.:ИД "Вильямс", 2005. - 602 с.
6. Осипов В.М., Управління конкурентоспроможністю продукції металургійної галузі // Монографія, Одеса, МПП "Евен", 2005 р., 347 с.
7. Сабецкая Г. Ринкова модель конкурентоспроможності продукції / Г. Сабецкая // Маркетинг. - 2006. - №1(86). - С. 29-33.
8. Чебунин П.К., Чмилъ П.Т., Шевченко Д.К., Устюшенко К.В. Современные методы управления производственной и инновационной деятельностью. – Владивосток: Дальрыбвтуз, 1999. – 157 с.
9. Кузьмін О.Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: [підручник] / Кузьмін О.Є., Горбаль Н.І. - Львів: Компакт - ЛВ, 2006. -304 с.
10. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. Серия "Высшее образование" - М.: ИНФРА-М, 2000. - 312 с.
11. Рожков В.О. Системне управління конкурентоспроможністю металургійних підприємств/ В.О. Рожков // Ефективна економіка, - 2010. - №9