

Шевченко О. А.
студент 4-го курса направл. подг. «Менеджмент»,
Коваленко А. Н.
к.э.н., доц. каф. менеджмента
ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский государственный
технический университет», г. Алчевск, ЛНР

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассмотрены проблемы управления конкурентоспособностью продукции, представлено определение данного понятия, приведена схема функционирования системы управления конкурентоспособностью и описаны ее структурные элементы.

Ключевые слова: конкурентоспособность, продукция, системный подход, система управления конкурентоспособностью продукции.

Постановка проблемы. Конкуренция является довольно тонким и гибким понятием. В условиях сокращения спроса на товар или услугу наибольшие трудности испытывают производители некачественной продукции, неэффективные предприятия. При всей масштабности конкурентной борьбы выигрывает тот, кто анализирует и борется за свои конкурентные позиции.

Одной из главных причин современной низкой конкурентоспособности отечественных товаров и услуг является неспособность предприятий отстаивать и расширять долю рынка, продвигать товары и удовлетворять интересы потребителя в полной мере. Кроме того, важной проблемой является количественная оценка уровня конкурентоспособности товара и управление ею, так как это достаточно трудоемкий, интегрированный процесс, состоящий из взаимосвязанных составляющих и от которого зависит конкурентоспособность всего предприятия.

Сложность управления конкурентоспособностью предприятия состоит в том, что нет достаточного количества теоретических и практических методик достижения и поддержания позиций конкурентоспособности предприятия. На мой взгляд, одним из действенных средств обеспечения конкурентоспособности является система управления конкурентоспособностью.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованием данной проблемы занимались много ученых таких как Котлер Ф., Портер М., Фатхудинов Р., Азоев Г., Дикань В., Маслова Т., Поддубная Л., Сапронова Э., Скудар Г., Холод В., Шинкаренко В., Шевченко Л. и многие другие. В их научных трудах и практических рекомендациях освещены различные методические подходы к управлению конкурентоспособностью продукции. Однако существуют в этой сфере и такие, требующие дальнейшего исследования и изучения.

Большая часть авторов отмечают, что конкурентоспособность — очень динамичная экономическая категория, на определение и оценку которой влияет ряд факторов, которые тоже имеют подвижный характер. Но, несмотря на важность этого вопроса, единого и общего подхода, определения и механизма не предложено до сих пор. Необходимо уточнить, что понятие «качество» и «конкурентоспособность» не отделяются, ведь первая является неотъемлемой частью второй. В результате исследований было определено, что под управлением конкурентоспособностью продукции необходимо понимать процесс идентификации, формирования, планирования, удержания и увеличения конкурентных преимуществ продукции на каждом этапе создания добавленной стоимости, чтобы повысить уровень конкурентоспособности продукции или удержание её на запланированном уровне.

Цель. Целью статьи является определение сущности и компонентов системы управления конкурентоспособностью продукции предприятия.

Изложение основного материала. В процессе работы были использованы методы логического обобщения, при определении сущности понятия «конкурентоспособность продукции»; системный подход и системно-структурный анализ — при определении системы управления конкурентоспособностью продукции предприятия.

На сегодняшний день существует значительное количество определений конкурентоспособности, однако их анализ дает основания определить, что в наиболее общем определении «конкурентоспособность» целесообразно рассматривать свойство продукции, выражающее ее способность быть реализованной потребителям на конкретном рынке в определенный период [1].

То есть конкурентоспособность — это ключ к рыночному успеху товара и его производителя, поэтому решение проблемы конкурентоспособности является самой сложной задачей в деятельности любого предприятия, требующая согласованной, целенаправленной работы всех подразделений при лидирующей роли службы маркетинга, особым направлением деятельности предприятия является разработка эффективной системы управления конкурентоспособностью [2].

Под управлением конкурентоспособностью продукции следует понимать процесс планирования, обеспечения необходимого уровня повышения конкурентоспособности продукции посредством целенаправленного воздействия на условия и факторы, формирующие конкурентоспособность. При этом конкурентоспособность продукции создается в рамках функционирования определенных процессов: исследования, разработки, изготовления и потребления. [3]. Составляющие управление конкурентоспособностью продукции представлены на рисунке 1.

Итак, как видно из рисунка 1, создание конкурентоспособной продукции на разных стадиях осуществляется через управление процессами ее создания и продвижения.

Изготовление конкурентоспособной продукции на разных этапах осуществляется непосредственно через управление процессами ее производства и реализации на рынке.



Рисунок 1 — Составляющие системы управления конкурентоспособностью продукции

Системный подход в управлении конкурентоспособностью реализуется с помощью эффективно построенной системы менеджмента конкурентными преимуществами. Это, на мой взгляд, возможно благодаря совокупности взаимосвязанных и взаимодействующих элементов поддержки и контроля деятельности предприятия в отношении конкурентоспособности.

Необходимость системного подхода в управлении конкурентоспособностью обусловлено следующими причинами:

- 1) осуществляется на различных административно-хозяйственных уровнях;
- 2) управление конкурентоспособностью на различных уровнях направляют на различные объекты;
- 3) предусматривает различные виды деятельности;
- 4) осуществляют на разных стадиях ЖЦТ, а следовательно — в разных подразделениях предприятия[4].

Схема функционирования системы управления конкурентоспособностью предприятия на основе системного подхода представлена на рисунке 2.

Следует заметить, что функционирование системы управления конкурентоспособностью продукции должно происходить во взаимодействии с общей системой управления предприятием, так как международные стандарты ISO не используют понятия «управление конкурентоспособностью», а только «управление качеством». Именно поэтому система управления конкурентоспособностью должна дополнять систему управления качеством, а именно разработкой конкурентной стратегии, анализом конкурентов, возможностями фирмы, что в совокупности дает возможность спланировать деятельность и обеспечить конкурентоспособность.

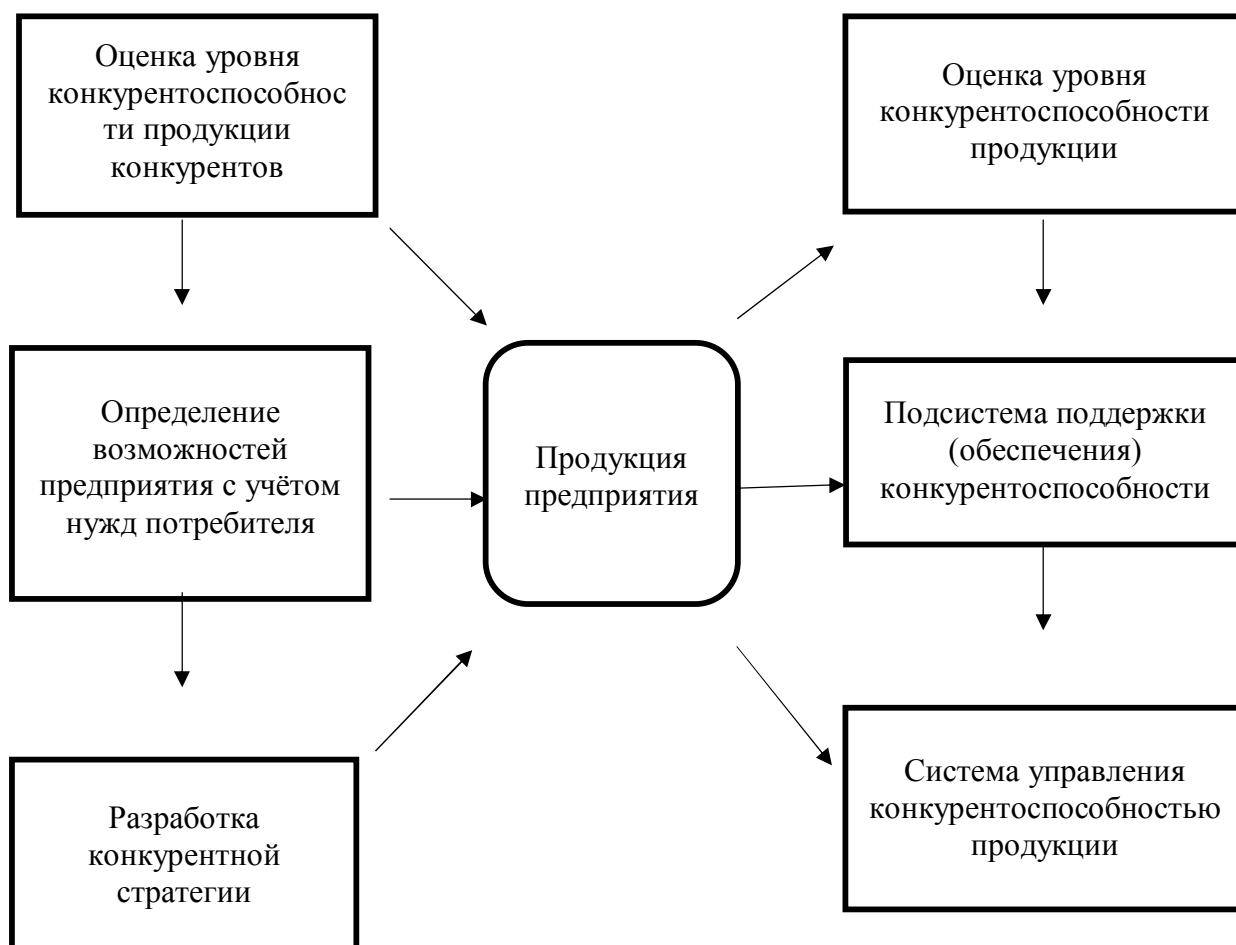


Рисунок 2 — Схема функционирования системы управления конкурентоспособностью

Обеспечение конкурентоспособности — это философия управления всей системой в условиях рыночных отношений, должна быть ориентирована на решение следующих задач [5]:

- исследования потребностей потребителей и их развитие;
- оценку поведения и возможностей конкурентов;
- исследование развития рынка;
- исследование среды;
- изготовление товара, который превосходил бы товар конкурента.

Система обеспечения высокой конкурентоспособности должна охватывать следующие направления[6]:

- 1) меры на повышение технического уровня и качества продукции, предусматривают:
 - перестройку системы подготовки и повышения квалификации кадров, повышение культуры производства, улучшение условий труда;
 - укрепление базы и улучшение организации НИОКР;
 - ускоренную реализацию структурных сдвигов и инвестиционной политики в соответствии с приоритетами НТП и социального развития;
 - повышение на этой основе эффективности капиталовложений;
 - организацию эффективной деятельности групп качества и целевого обучения руководящего и рабочего персонала, создание социальных условий качества труда, перестройку задач и функций управления качеством продукции;
 - стандартизацию;
- 2) меры, направленные на снижение ресурсоемкости продукции, издержек производства;
- 3) меры по совершенствованию сервисного обслуживания, рекламы, изучения рынка сбыта.

На реализацию этих мероприятий необходимо направить экономические и организационные рычаги управления.

Следовательно, обеспечение высокой конкурентоспособности продукции будет предусматривать разработку целостной системы взаимосвязанных элементов, имеющих за основу процессы управления ею. Структуру системы управления конкурентоспособностью продукции целесообразно рассматривать следующим образом (рис. 3).

Данная структура системы управления конкурентоспособностью построена таким образом, что учитывает факторы внешней среды, которые имеют определенное влияние на организацию, на основе чего осуществляется стратегический анализ, который предусматривает разработку конкурентной стратегии.

Цивилизованная конкуренция товаропроизводителей на рынке невозможна без решения таких задач, как установление требований к качеству и безопасности товаров, работ и услуг, регламентация способов формирования отношений, возникающих в процессе торговли, наличие объективной информации о продукции.

Механизм конкуренции позволяет решать эти задачи без органов государственного управления, однако, как показывает опыт, без регулирования деятельности производителей и продавцов на современном этапе развития экономики.

Выводы. Проведенные исследования позволяют уточнить набор показателей эффективности системы управления конкурентоспособностью продукции, которая бы полностью соответствовала требованиям целевого рынка. Предложено в основу ее эффективной реализации положить: контроль за ее выполнением, планирование, а также мотивацию выполнения стратегии. При планировании конкурентной стратегии необходимо учитывать все обеспечивающие факторы, что позволяет анализировать информацию и осуществлять корректирующие действия.

Данная система является эффективной потому, что наиболее полно учитывает все стадии жизненного цикла продукта и процессы: маркетинг и изучение рынка; проектирование и разработка продукции; планирование и разработка процессов; закупки; производство или предоставление услуг; контроль; упаковка и складирование; сбыт и продажа, монтаж и сдача в эксплуатацию; техническая помощь и обслуживание; утилизация или вторичная переработка продукции после окончания срока ее использования.

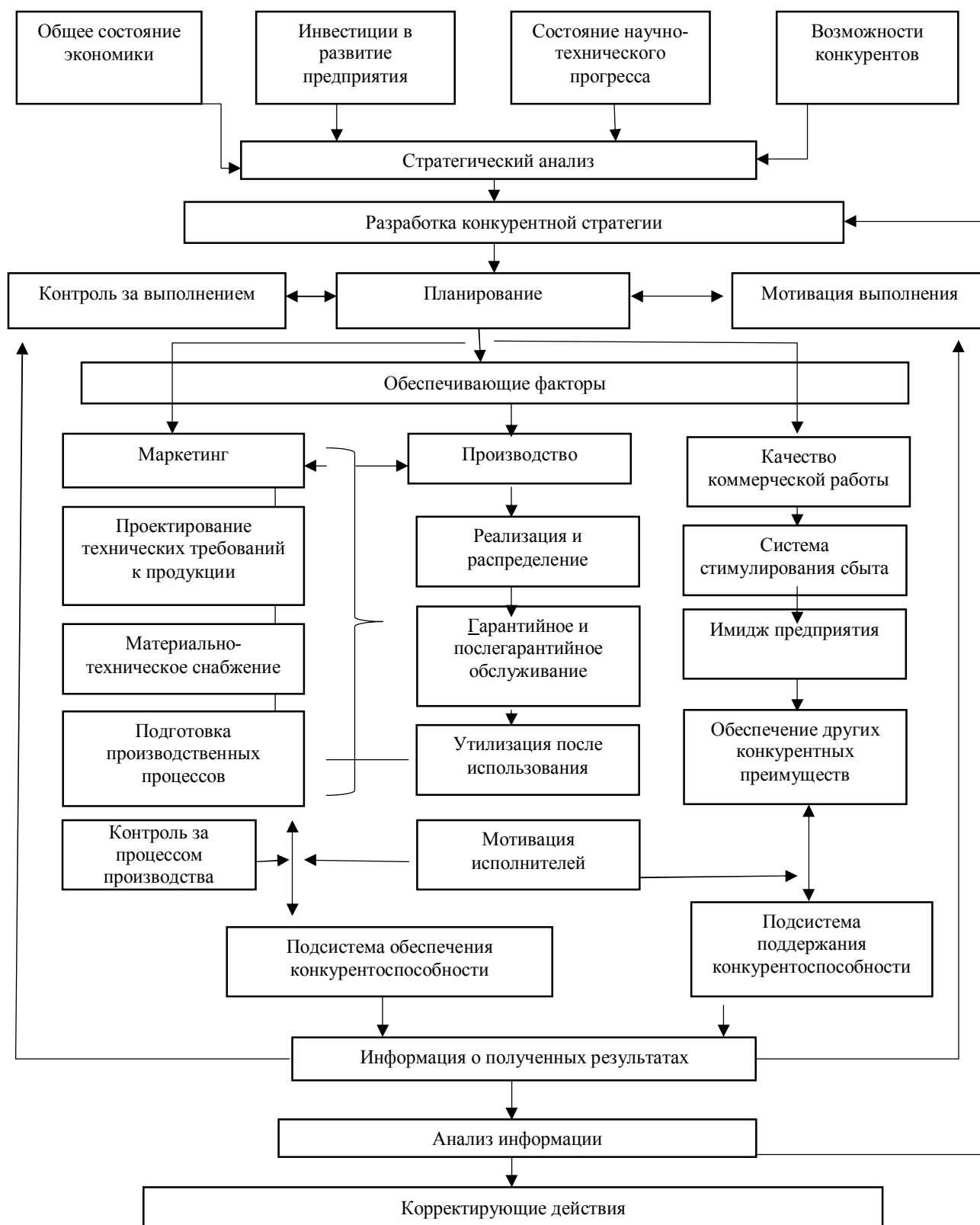


Рисунок 3 — Структура системы управления конкурентоспособностью продукции [7]

Результаты исследования могут быть использованы в процессе практической деятельности предприятий как элемент формирования стратегии и планов развития на основе повышения конкурентоспособности их продукции и увеличения сегмента целевого рынка.

Список литературы

1. Олехнович, Г. И. Конкурентные стратегии на мировых рынках : курс лекций / Г. И. Олехнович. — М. : Издательство деловой и учебной литературы, 2005. — 256 с.
2. Фатхутдинов, Г. А. Стратегический маркетинг : учеб. пособие / Г. А. Фатхутдинов. — М. : ЗАО «Бизнес-школа „Интел-Синтез“», 2007. — 640 с.
3. Клименко, С. М. Управление конкурентоспособностью предприятия / С. М. Клименко, О. С. Дуброва, Д. О. Барабась. — К. : КНЭУ, 2006. — 527 с.
4. Романишин, С. Б. Система управления конкурентоспособностью предприятия / С. Б. Романишин // Научный вестник НЛТУ. — 2010. — Вып. 20.12.
5. Карпюк, В. П. Управление конкурентоспособностью продукции [Электронный ресурс] / В. П. Карпюк. — Режим доступа: http://nbuv.gov.ua/PORTAL/Soc_gum/Vzhdtu_econ/2009_4/46.pdf.
6. Управление конкурентоспособностью продукции [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://chtivo.biz/ekonomika/307-upravlenie_konkurentosposobnostju_produkcii.html?showall=1.
7. Загорянская, О. Л. Особенности формирования системы управления конкурентоспособностью продукции промышленного предприятия / О. Л. Загорянская, Н. М. Литвин // Новые технологии. — №1 (23). — 2009.

© Шевченко О. А.

© Коваленко А. Н.

Student of the 4th course of the specialty “Management” Shevchenko O. A., Candidate of economic Sciences, associate Professor Kovalenko A. N. (SEI HPE LPR “Donbass State Technical University”, Alchevsk, LPR)

MANAGEMENT SYSTEM OF PRODUCT COMPETITIVENESS OF ENTERPRISE

The problem of competitive products, outlined the essence of this concept, given the scheme of the system of competitive and describes its structural elements.

Key words: *competitiveness, products, system approach, competitiveness' system management of production.*