

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ

Аннотация. Представлены различные подходы к определению понятия "конкурентоспособность продукции". Рассмотрены преимущества сертификации для предприятий. Предложены мероприятия, направленные на повышение конкурентоспособности продукции предприятия.

Анотація. Подано різні підходи до визначення поняття "конкурентоспроможність продукції". Розглянуто переваги сертифікації для підприємств. Запропоновано заходи, направлені на підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.

Annotation. Different going is are approaches to determination of the concept "Competitiveness of products" presented. Advantages of certification are considered for enterprises. Measures directed on the increase of competitiveness of products of enterprise are offered.

Ключевые слова: конкурентоспособность продукции, система менеджмента качества, международные стандарты ISO, конкурентоспособность предприятия.

Переход украинской экономики к рыночной модели обусловил необходимость становления совокупности конкурентных отношений, предполагающих успешное функционирование конкурентоспособного производства, приспособляющегося к быстро меняющимся условиям рынка и предлагающего потребителям конкурентоспособные товары. В этих условиях возникает объективная потребность в обеспечении заданного уровня конкурентоспособности продукции.

Вопросам управления конкурентоспособностью продукции посвящены труды отечественных и зарубежных ученых. Существенный вклад в исследование управления конкурентоспособностью сделан такими российскими учеными, как Азоев Г. Л., Фатхутдинов Р. А., Юданов А. Ю., О. Виханский, Г. Гольдштейн и другими, а также украинскими учеными – Гаркавенко С. С., Брылев С. С. и др. Среди зарубежных ученых необходимо отметить работы Ф. Котлера, М. Портера, Е. Дихтля, И. Шумпетера, Х. Хершгена, Л. Эрхарда, И. Ансоффа.

Проблема обеспечения качества и конкурентоспособности продукции также привлекала внимание многих украинских ученых, в частности Авидзбы А. М., Бузни А. Н., Гаркуши А. М., Гульчака А. Б., Матчиной И. Г., Рыбинцева В. А., Червена Е. В., Червена И. И. и др.

Эффективность работы любого предприятия зависит в первую очередь от степени рыночной востребованности его продукции, работ, услуг по сравнению с конкурентными аналогами. Поддержание конкурентоспособности продукции на должном уровне осуществляется посредством высокоорганизованной и методически обеспеченной аналитической и контрольной работы.

Целью данного исследования является определение механизма управления конкурентоспособностью товаров и услуг на рынке.

Конкурентоспособность продукции – это многоаспектное понятие, означающее соответствие продукции условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, техническим, экономическим, эстетическим характеристикам, но и по иным условиям ее реализации [1, с. 56].

Представления о категории "конкурентоспособность продукции" можно систематизировать следующим образом (таблица) [2, с. 41].

Таблица

Подходы к определению категории "конкурентоспособность продукции"

Конкурентоспособность продукции		
Привлекательная способность	Полезность продукции	Интегральная характеристика
Способность соответствовать определенным требованиям (Минько Э. В., Кричевский М. А., Горбашко Э. А., Юданов А.Ю.)	Способность продукции приносить больший результат, чем затраты на ее приобретение и эксплуатацию (Азгальдов Г. Г., Рыбаков И. Н., Гребнев Е. Т.)	Совокупность качественных, стоимостных и иных характеристик (Романов А. Н., Светульников С. Г., Теплов В. И., Свиренко Н. Е.)

Несмотря на наличие несомненных достижений в этой области, непрерывность процесса развития экономики и ее современное состояние требует разработки механизма управления конкурентоспособностью продукции в рыночных условиях.

Значительные резервы повышения эффективности функционирования товаропроизводителя заложены во

производителей адаптироваться к быстроменяющейся внешней и внутренней среде предприятия. В свою очередь управление конкурентоспособностью требует постоянного совершенствования методического инструментария и технологий, позволяющих проводить мониторинг способности предприятия к конкурентной борьбе в условиях рыночной экономики.

Обеспечение конкурентоспособности продукции является очень сложным процессом. Поэтому возникает потребность в применении к управлению конкурентоспособностью научных подходов, каждый из которых более глубоко освещает свой аспект управления. Выделяют более 20 научных подходов к управлению конкурентоспособностью. Безусловно, все они должны дополнять друг друга, но определяющим, с точки зрения автора, должен быть системный подход.

Системный подход – методология исследования объектов как систем. Система состоит из двух составляющих:

- 1) окружение, включающее вход и выход системы, связь с внешней средой, обратную связь;
- 2) внутренняя структура – совокупность взаимосвязанных компонентов, обеспечивающих процесс воздействия субъекта управления на объект, переработку входа в выход и достижение целей системы [3, с. 43].

Сущность управления конкурентоспособностью рассматривается как совокупность следующих понятий: организация управления, процесс управления и информация. Эффективность организации управления в значительной степени зависит от четкости формулирования целей управления.

Применение системного подхода к обеспечению конкурентоспособности продукции создает два параллельных коррелирующих направления, основанных на факторах внутренней и внешней среды. В соответствии с этим необходима разработка методических основ по формированию и последующему совершенствованию системы управления конкурентоспособностью продукции, направленных, с одной стороны, на обеспечение нормального протекания производственного процесса на предприятиях и с другой – на организацию эффективных действий предприятий на рынке.

Таким образом, процесс формирования конкурентоспособности продукции в современных рыночных условиях состоит из двух взаимосвязанных частей: первая часть ориентирована на внутреннюю среду предприятия с точки зрения оптимальной организации производства и описывается последовательным перечнем этапов в соответствии с жизненным циклом товара; вторая направлена на внешнюю среду и раскрывается функциями управления конкурентоспособностью продукции.

Очевидно, что важным моментом при формировании системы управления конкурентоспособностью продукции является создание эффективного механизма управления, обеспечивающего достижение поставленных целей. Результатом процесса обеспечения конкурентоспособности продукции являются конкурентные преимущества.

Формирование системы качества продукции на предприятии может быть основано на трех направлениях хозяйствования [4, с. 21]: обеспечения качества, управления качеством и улучшения качества.

Обеспечение качества, в соответствии со стандартом ISO-9001 [5, с. 67], можно определить как совокупность планируемых и систематически проводимых мероприятий, создающих необходимые условия для выполнения каждого этапа жизненного цикла товара таким образом, чтобы продукция удовлетворяла определенным требованиям по качеству. Управление качеством – это управление технологическими процессами, выявление различного рода несоответствий в продукции, производстве или самой системе качества и устранение не только выявленных несоответствий, но и причин их возникновения.

Улучшение качества – это постоянная управленческая деятельность предприятия, направленная на повышение качественного уровня продукции, совершенствование элементов производства и самой системы качества предприятия [6, с. 12].

Система управления качеством должна быть разработана с учетом специфики деятельности предприятия и соответствующих элементов, приведенных в Международных стандартах ISO серии 9001. Руководство предприятия должно четко определить, какие именно стандарты или нормативные документы будут являться базой для системы менеджмента. На сегодняшний день для предприятий применимы следующие международные стандарты:

- ISO 9001:2000 – "Системы менеджмента качества. Требования";
- ISO 14001:2004 – "Системы экологического менеджмента. Требования";
- HACCP – Анализ рисков и критические точки контроля;
- OHSAS 18001:1999 – "Система управления безопасностью и здоровьем на производстве";
- ISO 22000:2005 – "Системы управления безопасностью пищевых продуктов. Требования к любой организации пищевой цепи" [7, с. 58].

Руководство может принять решение использовать один или группу стандартов. По нашему мнению, наиболее подходящим является следующий подход: за основу системы менеджмента качества принимается стандарт ISO 9001:2000 как наиболее комплексный и охватывающий большую часть системы управления предприятием, но его требования дополняются стандартом ISO 22000:2005 или принципами HACCP, а затем система может интегрироваться с ISO 14001 и OHSAS 18001.

Предприятия, стремящиеся проводить грамотную ценовую политику, прежде всего должны решить ряд задач:

- получение максимальной прибыли;
- завоевание рынка сбыта;
- снижение затрат;
- борьба с конкурирующими товарами;
- рост объема производства и продаж.

Таким образом, с целью совершенствования управления конкурентоспособностью продукции рекомендуется:

- применять разработанный комплекс методов и моделей для всесторонней оценки конкурентоспособности продукции;
- внедрять сформированную систему менеджмента качества и механизм управления конкурентоспособностью продукции на предприятии;
- изучать конкурентные стратегии производителей продукции;

- внедрять методику оценки перспективности выпускаемой продукции с использованием экспертных методов;
- разрабатывать методический инструментарий и технологии в области маркетинга, позволяющие проводить мониторинг способности предприятия к конкурентной борьбе и его адаптации к условиям рынка;
- выбрать грамотную тактику формирования цен на продукцию.

Значение качества продукции состоит в том, что только качественная продукция открывает экспортную дорогу на платежеспособные западные рынки.

Следовательно, можно сделать вывод о том, что управление конкурентоспособностью продукции предполагает реализацию комплекса мероприятий, заключающегося в том, чтобы, оказывая управляющее воздействие на производственно-экономическую систему, изменять составляющие конкурентоспособности продукции в зависимости от стадии жизненного цикла.

Научн. рук. Холодный Г. А.

Литература: 1. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 280 с. 2. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации : учебн. пособ. / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Изд. Эксмо, 2004. – 544 с. 3. Лифиц И. М. Теория оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И. М. Лифиц. – М. : Юрайт-М, 2001. 4. Чайникова Л. Н. Конкурентоспособность предприятия : учебн. пособ. / Л. Н. Чайникова, В. Н. Чайников. – Тамбов : Изд. Тамб. гос. тех. ун-та, 2007. – 192 с. 5. Ягодкина О. В. Конкурентоспособность предприятия: подходы к пониманию / О. В. Ягодкина // Экономика. Менеджмент. Підприємництво. Зб. наук. праць Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – Луганськ : СНУ ім. В. Даля, 2006. – № 16. – С. 99–104. 6. Игольников Г. Н. Что понимать под конкурентоспособностью, инвестиционной привлекательностью и экономичностью производства / Г. Н. Игольников, Е. А. Патрушев // Российский экономический журнал. – 1995. – № 11. – С. 120.