

# **СУЩНОСТЬ, ФУНКЦИИ И ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ**

*Павлова Ксения Викторовна*

*Белорусская Государственная сельскохозяйственная академия*

В современных рыночных условиях страны с переходной экономикой уступают своим соперникам с опытом ведения конкурентной борьбы. В условиях либерализации рынка все сложнее сдерживать натиск со стороны зарубежных товаропроизводителей. Отсюда следует, что тема управления конкурентоспособностью продукции, как средства достижения целей отечественных производителей, приобретает особую актуальность.

Цель работы исследование системы управления конкурентоспособностью продукции.

Управление как понятие в экономической науке определяется в зависимости от того, с какой позиции оно рассматривается. Поэтому с одной стороны оно может быть некой совокупностью функций, с другой процессом или видом деятельности, наукой и искусством или просто как аппарат управления.

Тем не менее, в данном случае управление - это процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для того, чтобы сформулировать и достичь целей организации.

Конкурентоспособность продукции целесообразно рассматривать как объект, воспринимающий управляющие воздействия со стороны субъекта управления посредством реализации им административных функций.

Наиболее часто в теории управления выделяются такие функции, как планирование, организация, мотивация и контроль[2].

Можно выделить следующие основные функции управления, применительно к конкурентоспособности продукции:

1. Планирование конкурентоспособности продукции, предусматривающее определение целей и необходимых для этого средств и методов, координацию усилий всех структурных подразделений.

2. Организация управления конкурентоспособностью продукции, заключающаяся в формировании структуры, определении потребности в ресурсах и последовательности действий по обеспечению внутренних и внешних процессов управления.

3. Координация предусматривает обеспечение непрерывности, ритмичности и бесперебойности управления конкурентоспособностью продукции.

4. Мотивация, предусматривающая разнообразное стимулирование сотрудников.

5. Контроль, т.е. выявление слабых мест в технологии, производстве, управлении, приводящих к снижению качества и конкурентоспособности продукции.

6. Оценка имеющихся резервов повышения уровня конкурентоспособности продукции, внешних и внутренних факторов, влияющих на его изменение.

7. Анализ предусматривает количественную и качественную оценку достигнутого уровня конкурентоспособности продукции и выявление причин его снижения.

Представленные функции являются по существу элементами управления конкурентоспособностью продукции.

В этой связи возникает необходимость рассматривать конкурентоспособность продукции как объект управления, представляющий собой открытую систему. То есть как совокупность целостных упорядоченных взаимосвязанных элементов, взаимодействующих и между собой и с внешней средой с помощью материально-технических и информационных средств, участвующих в процессе функционирования, или обеспечения своего предназначения и достижения установленных целей.[4] Управление конкурентоспособностью продукции как

объекта управления следует рассматривать в качестве подсистемы общего менеджмента организации.

Решение проблемы повышения конкурентоспособности продукции предполагает переход от отдельных разрозненных к совокупности постоянно действующих мероприятий — к системе обеспечения конкурентоспособности. Объекты, субъекты, критерии, факторы, методы оценки конкурентоспособности являются элементами системы ее обеспечения.

Система обеспечения конкурентоспособности (СОК) — это совокупность объектов и субъектов оценки конкурентоспособности, задействованных по определенным принципам (правилам) в целях повышения конкурентоспособности. Успешная предпринимательская деятельность, проявляющаяся для организации в получении прибыли, а для потребителей — в повышенном спросе на товар (услугу), предложенный организацией, зависит от эффективности сформированной и действующей СОК.

Обеспечение конкурентоспособности продукции — это, прежде всего, управление двумя ее слагаемыми: качеством и стоимостью, т.е. это деятельность, направленная на достижение оптимальной пропорции качества и цены. Решения по улучшению качества, увеличивающие затраты настолько, что продукция теряет конкурентоспособность, так же неприемлемы, как решения о снижении затрат за счет ухудшения качества.[1]

В проблеме построения СОК можно выделить три главных аспекта: технический, экономический и организационный. Технический аспект — это комплекс задач и методов их решения, направленный на совершенствование производства продукции, улучшение потребительских свойств в целях улучшения ее качества. Механизм обеспечения качества с помощью методов технических дисциплин рассматривается в товароведении, технологических и ряде других инженерных наук. Экономический аспект — это комплекс задач и методов их решения, направленных на обеспечение безубыточного и прибыльного производства, формирование оптимальной цены продукции, продвижение ее на рынок. Решение этих задач является предметом таких дисциплин, как отраслевые экономики, цены и тарифы, финансовый менеджмент, маркетинг. Организационный аспект — это комплекс задач и методов, направленных на повышение качества управления всеми процессами деятельности организации. Эти вопросы изучаются в таких дисциплинах, как менеджмент качества, стратегический и инновационный менеджмент, менеджмент персонала. Специалисты, совершенствуя СОК, стремятся унифицировать, а затем стандартизировать процессы улучшения качества и конкурентоспособности продукции. Поскольку методы повышения качества управленческих процессов можно распространить на любую продукцию и стадии ее жизненного цикла, то стали разрабатываться национальные стандарты на системы качества. В связи с глобализацией мировой экономики появилась необходимость в создании международных стандартов - ИСО 9000, ИСО 14 000, SA 8000.[3]

Исходя из концепции конкурентоспособности и принципов управления другими объектами (экономикой, персоналом, качеством), управление конкурентоспособностью товаров и организации можно осуществлять на основе соблюдения следующих принципов:

1) анализа механизма действия экономических законов (закона спроса и предложения, закона возвышения потребностей человека, закона эффекта масштаба, закона конкуренции, закона экономии времени, закона убывающей доходности и др.);

2) анализа механизма действия законов организации структур и процессов (закона композиции для построения дерева целей, законов пропорциональности, синергии, самосохранения, развития и др.);

3) соблюдения требований совокупности научных подходов к управлению (прежде всего, системного, комплексного, маркетингового, функционального, поведенческого, структурного, воспроизводственного);

- 4) соблюдения принципов управления различными объектами;
- 5) ориентации на конкретные рынки и потребности;
- 6) применения современных информационных технологий для системной и комплексной автоматизации управления;
- 7) применения современных методов анализа, прогнозирования, нормирования, оптимизации (например, системного анализа, функционально-стоимостного анализа, динамического программирования);
- 8) ориентации на количественные методы оценки, контроля и оперативного управления конкурентоспособностью;
- 9) экономические и управленческие факторы функционирования организации не должны входить в формулу оценки конкурентоспособности организации, так как управленческие факторы служат условием обеспечения конкурентоспособности, а экономические — результатом управления конкурентоспособностью объекта (при хорошей работе будет повышение конкурентоспособности, при плохой — снижение);
- 10) конструкция формул (моделей) для оценки конкурентоспособности объектов должна учитывать весомость входящих в них факторов (показателей, аргументов);
- 11) включаемые в формулу (модель) факторы (показатели) преимущественно должны быть удельными или относительными;
- 12) в системе управления конкурентоспособностью объектов должны быть стратегический маркетинг, мотивация и регулирование (функция, устанавливающая обратную связь потребителей и внешней среды с разработчиками и изготовителями товаров). Между этими функциями должны быть общие функции по планированию, организации процессов, учету и контролю выполнения планов и оперативных заданий. Исходя из конкретной ситуации, организация может дополнить этот набор принципов.[5]

Таким образом, сформулированные принципы управления представляют собой систему принципов повышения конкурентоспособности продукции. Однако, принципы управления различными объектами должны разрабатываться с применением научных подходов и отражать все многообразие и многоаспектность управляемых объектов, миссии субъектов управления и другие аспекты. К тому же, принципы управления, заимствованные из переводной литературы, нельзя принимать за основные, руководящие, они могут быть использованы только как дополнительные (кроме принципов, сформулированных в международных стандартах, которые должны соблюдаться как основные).

#### **Литература:**

1. Давыдов, И.О. Теоретическое исследование процесса функционирования системы управления конкурентоспособностью продукции // Российское предпринимательство. — 2008. — № 8 Вып. 1 (116). — с. 71-74.
2. Кнорринг, В. И. Теория, практика и искусство управления. Учебник для вузов / В. И. Кнорринг. — 3-е изд., изм. и доп. — М.: Издательство НОРМА, 2007. — 544 с.
3. Лифиц, И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учебное пособие/ И. М. Лифиц. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт-Издат, 2009. — 464 с
4. Мишин, В.М. Исследование систем управления: Учебник для вузов./ В. М. Мишин. — М.: ЮНИТИ-Дана, 2003. — 527 с.
5. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. Учебник. / Р. А. Фатхутдинов — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Изд-во Эксмо, 2005. — 544 с.