

Коваленко С.Н., доцент

Яцук М. А.

Одесский национальный университет им. И.И. Мечникова

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Современное украинское предприятие существует в условиях выживания в глобальной конкурентной среде, усиливающийся характер которой обусловлен расширением международной экономической интеграции. В связи с этим особую актуальность представляет вопрос управления конкурентоспособностью предприятия. Для украинских предприятий эта проблема особо остра, так как задачи управления конкурентоспособностью решаются в условиях зачастую высоких издержек производства и жесткой конкуренции, в том числе со стороны иностранных производителей. Актуальность данной темы непосредственно связана с необходимостью скорейшего повышения уровня конкурентоспособности украинских предприятий. Общий уровень конкурентоспособности отечественных предприятий по сравнению с иностранными все еще остается низким. При этом в современный период вопрос обеспечения конкурентоспособности предприятий выходит далеко за рамки только применения современных технологий, управления качеством и ценой товара. Это вопрос эффективности управления предприятием, воздействия на ключевые факторы конкурентоспособности, применения адекватных конкурентных стратегий. Ситуация сегодня перешла на уровень конкуренции методов управления предприятием, эффективного распоряжения каждым из имеющихся ресурсов. Управление конкурентоспособностью предприятия на практике осуществляется путем воздействия на целый ряд факторов, влияние которых может обеспечить стабильность функционирования, а также улучшение экономических и рыночных показателей предприятия. Процесс управления конкурентоспособностью неизбежно связан с оптимизацией использования всех ресурсов предприятия: финансовых, технологических, сырьевых, информационных и человеческих. Предприятию сегодня приходится самостоятельно нащупывать пути выживания и развития в агрессивной конкурентной среде. В существующих условиях актуальным является вопрос о том, как действующему предприятию

подойти к вопросам повышения конкурентоспособности, с чего начать, на какие факторы воздействовать. Проблема заключается в том, что на сегодняшний день отсутствует четко прописанная система шагов, необходимых для выявления всего комплекса факторов, определяющих конкурентоспособность предприятия. На поверхностном уровне представляется, что основы управления конкурентоспособностью находятся исключительно в сфере управления качеством продукции и ее продвижения на рынок. Однако при более глубоком рассмотрении вопроса, становится очевидным существенное влияние на конкурентоспособность целого ряда дополнительных факторов внутренней среды предприятия, помимо технологий и маркетинговых мероприятий. Многообразием этих факторов и отсутствием их систематизации определяется вся сложность процесса управления конкурентоспособностью предприятия. С другой стороны, если выявить полную структуру факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия, то процесс управления конкурентоспособностью переходит из процедуры отслеживания экономических результатов в набор систематизированных и целенаправленных воздействий на факторы, влияющие на экономическую результативность. Таким образом, управление конкурентоспособностью вместо дискретного и хаотичного набора действий сможет приобрести на практике системный и обоснованный характер.

В экономической теории конкуренции и конкурентоспособности накоплено большое количество знаний по вопросам конкуренции, рассматриваются ее виды, дается описание стратегий конкуренции, в основе которых лежит воздействие на параметры рыночной среды через факторы конкурентоспособности. Имеющаяся совокупность знаний представляет собой базовый фундамент для развития теории конкуренции. При этом современному предприятию, действующему в условиях всесторонней конкуренции, ничего не остается, как самостоятельно ориентироваться в реалиях быстрого изменения внешней среды. А изменения этой среды зачастую недружелюбны по отношению к организации, заставляют ее работать в режиме повышенного стресса, одной из главных причин которого становится меняющийся характер конкуренции. Производитель сегодня вынужден конкурировать не только с представителями своей отрасли и отрасли, производящей товары-субституты, но и с производителями зачастую никак не связанных с ним отраслей. Борьба идет за распределение и перераспределение бюджета потребителя. Потребитель условно взвешивает те ценности, которые ему предлагаются, деньги, которых это стоит, и выбирает — ценность какого предложенного блага для него больше в данный момент. В таких условиях возможность привлечения потребителя состоит в воздействии на рынок через факторы конкурентоспособности.

Не менее актуальной задачей является также теоретико-методологическое обеспечение процесса управления конкурентоспособностью промышленного предприятия. В зарубежной и отечественной литературе этой проблеме посвящается значительное количество научных работ. Вместе с тем существует еще целый ряд малоисследованных вопросов и нерешенных проблем, сдерживающих развитие теории,

методологии и практики управления факторами конкурентоспособности. В Украине, вопросы обеспечения условий для развития конкурентоспособной производственной системы являются особо острыми уже почти два десятка лет. Проблемой является то что поиск ответов на основные вопросы производственной системы «что, как и для кого производить?» на многих предприятиях до сих пор осуществляется по принципам командной экономики. Вопросы «что и как производить?» отражают процесс выбора продукта, который затем будет поставлен на рынок, и вопрос выбора технологий, с помощью которых этот продукт можно произвести. Оставшийся вопрос «Для кого производить?» вызывает необходимость поиска потребителя уже произведенного товара. Такой подход существовал в командной экономике. Его недостаток в том что он не учитывает потребности рынка. При этом подходе производитель исходит из информации об имеющихся ресурсах, доступных технологиях, и только потом задает себе вопрос — кто же наш потребитель. Главные усилия в этом случае сосредоточены на сбыте произведенной продукции, а также на способах стимулирования сбыта. Такой порядок ответа на главные вопросы производства заранее ставит деятельность предприятия в условия риска, ведь нет гарантии, что данный продукт найдет отклик на рынке. Гарантии отсутствуют и в случае применения другого подхода - рыночного, так как в условиях быстроменяющейся внешней (по отношению к организации) среды условия риска являются изначально осознаваемыми производителем. В рыночном подходе порядок ответа на эти вопросы таков: «для кого и что производить», а затем только «как производить?». Вопрос для кого производить является очень важным именно до начала производства. Этот вопрос подразумевает поиск ответа на опорные вопросы: кто наши потребители, сколько их, каковы их доходы, как часто они готовы покупать наш товар, по какой цене, почему мы считаем, что купят именно у нас, чем наш товар будет лучше товара конкурентов. Ответив на эти и ряд других предварительных вопросов, можно с определенной долей уверенности приниматься за производство. Такой подход значительно снижает риски, учитывает потребительский спрос, уменьшает усилия по сбыту. В Украине пока он не стал еще массовым явлением. Большое количество производителей определяют выбор производимого товара либо интуитивно, либо исходя из тех технологий, которыми они располагают. Многие предприятия не используют новые технологии, так как «новая техника и новые технологии внедряются тогда, когда они для предпринимателя дешевле, чем сэкономленная заработная плата. Если же они окажутся дороже, чем мизерная заработная плата, то ее не внедряли и не будут внедрять» [1 с 41]. Эта позиция части отечественных предпринимателей обусловлена высокой рентабельностью рабочей силы в нашей стране. Низкая заработная плата удерживает руководство предприятия от покупки дорогих, пусть и более производительных технологий. Это означает экстенсивный подход к организации производства, тогда как более прогрессивным является интенсивный. Это также одна из проблем, стоящих на пути повышения конкурентоспособности отечественных предприятий, решение которой в масштабах страны станет возможным лишь при критическом перевесе предпринимательского мышления,

ориентированного на новаторство и инновации и в сфере производства, и в сфере управления предприятием и факторами его конкурентоспособности.

Литература:

1. Шевченко Л.С. Конкурентное управление. Харьков. «Эспада». 2004.519
2. Шинкаренко В.Г., Бондаренко А.С. Управление конкурентоспособностью предприятия. Харьков. ХНАДУ. 2003. 185 с.