

*Киладзе Г. С.
Борболок М.*

Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова

ОРГАНИЗАЦИЯ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ

Стратегическое направление развития предприятия промышленности в рыночных условиях должно быть ориентировано на конкуренцию, т.е. на постоянное обновление и выпуск конкурентоспособной продукции. При установлении целевых значений по технико-экономическим характеристикам продукции и предприятия исходными моментами являются аналогичные параметры у конкурентов. Для воспроизводства указанных целевых значений, параметров в конкурентных условиях необходимо структурное обеспечение. Из теории и практики зарубежных фирм следует, что при многопродуктовой номенклатуре наиболее рациональной формой организационной структуры управления является штабная с продуктовыми отделениями.

Основные элементы структуры штаба - функциональные отделы и заместители генерального директора, курирующие отдельные стадии жизненного цикла товара.

Основные функции отдельных структурных подразделений штаба в конкурентных условиях:

1. *Плановый отдел*, выполняет четыре основные функции. Во-первых, он отвечает за стратегическое планирование, производит сбор стратегической информации, общих и отраслевых экономических тенденций, определяет и формулирует базовые цели. Во-вторых, осуществляет контроль за выполнением стратегических и текущих планов продуктовых организаций.

2

Отдел исследований и разработок. Для наукоемких машиностроительных предприятий мощность исследовательских подразделений является ключевым элементом потенциала компании. Централизованный отдел проводит фундаментальные и прикладные исследования, а также проектирует новые продукты, применяемые всеми продуктовыми организациями.

3

Отдел технологии производства при штабе отвечает за разработку новых технологий, собирает информацию о технологии производства изделий-конкурентов, производит планирование и контроль группового показателя конкурентоспособности новой продукции по ресурсосберегающим характеристикам на всех стадиях ее создания.

4. *Технический отдел*, разрабатывает стратегическую и оперативную техническую политику компании, собирает информацию о технической политике ведущих мировых фирм-конкурентов, производит планирование и контроль средневзвешенного интегрального показателя конкурентоспособности продукции по потреблению и производству.

5. *Централизованный отдел по маркетингу*, производит маркетинговые исследования новой продукции, собирает информацию о конкурентоспособности товаров-конкурентов по потреблению, производит планирование и контроль интегрального показателя конкурентоспособности новой продукции по потреблению на всех стадиях ее создания.

Функциональные руководители и подразделения при штабе разрабатывают стратегию развития компании в рыночных условиях и координируют работы по повышению конкурентоспособности по потреблению и производству на всех стадиях ее создания.

Функциональным руководителям и подразделениям при штабной форме легче концентрировать усилия на главных проблемах и на основе специализации работ повышать их качество, снижать затраты и сокращать сроки выполнения. Крупные стратегические мероприятия планируют в главном штабе, и решения по ним принимает высшее руководство.

Линейные подразделения — продуктовые организации по видам продукции - координируют работы по всем стадиям жизненного цикла конкретного товара и несут ответственность за конкурентоспособность товара по потреблению и производству.

Функциональные отделы продуктовых отделений выполняют такие же функции, как аналогичные подразделения штаба в части стратегии развития, маркетинговых исследований, конкурентоспособности выпускаемой продукции, сбора информации о конкурентах и другие, только по номенклатуре конкретной организации.

Маркетинговые службы сосредоточены ближе к производству и сбыту продукции, что позволяет оперативно определять привлекательность или иных рынков, прогнозировать финансовые поступления и планировать объем производства.

Коммерческие службы по снабжению продуктовых организаций оперативнее реагируют на изменения конъюнктуры рынка, а следовательно изменения номенклатурного плана производства. Оперативная деятельность коммерческих служб является ключевым фактором успеха организации рыночных условиях.

Производственные мощности продуктовых организаций определяются с учетом изготовления экспериментальных и опытных образцов по НИОКР и изменения номенклатурного плана производства. Этот фактор ускоряет процесс освоения новой продукции в производстве.

Товары продуктовой организации должны иметь близкие характеристики и опираться на один и те же исследовательские возможности, производственные мощности и каналы сбыта, тогда многопродуктовая программа добивается высокой конкурентности, используя возможности крупномасштабного производства.

Главная цель организации оперативного управления состоит в том, чтобы создать систему повышения конкурентоспособности отечественных товаров и дать руководству информационную возможность своевременного контроля за характеристиками товаров и принятия мер при возникновении кризисных ситуаций на рынке.