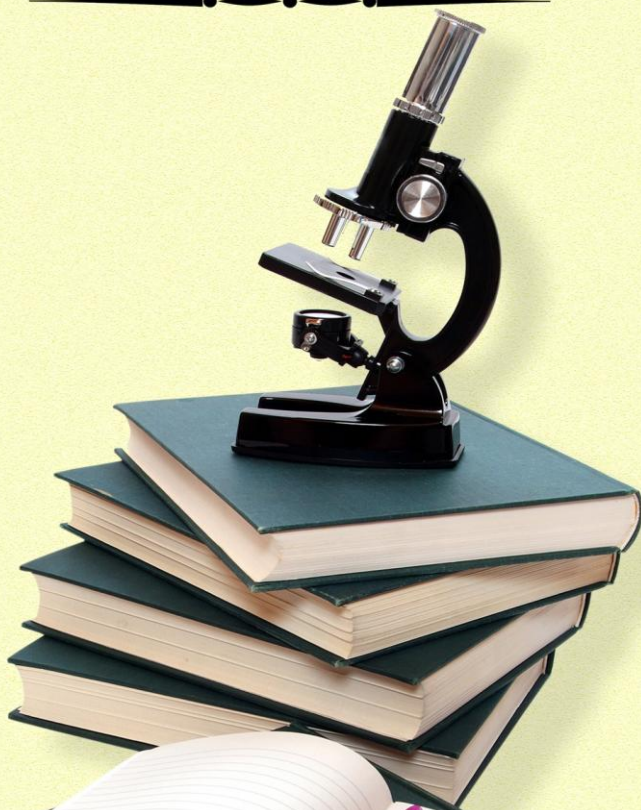


Учреждение образования
„Белорусская государственная орденов
Октябрьской революции и Трудового Красного Знамени
сельскохозяйственная академия”



Часть 3

Научный поиск молодежи XXI века

Сборник научных статей по материалам
XIII Международной научной конференции
студентов и магистрантов

Горки 2013

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
И ПРОДОВОЛЬСТВИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

ГЛАВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И КАДРОВ

Учреждение образования
«БЕЛОРУССКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ
ОРДЕНОВ ОКТЯБРЬСКОЙ РЕВОЛЮЦИИ
И ТРУДОВОГО КРАСНОГО ЗНАМЕНИ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»

НАУЧНЫЙ ПОИСК МОЛОДЕЖИ XXI ВЕКА

Сборник научных статей по материалам
XIII Международной научной конференции
студентов и магистрантов

(Горки, 27-29 ноября 2012 г.)

Часть 3

Горки
БГСХА
2013

УДК 63:001.31 – 053.81 (062)

ББК 4 ф

Н 34

Редакционная коллегия:

А. П. Курдеко (гл. редактор), А. А. Горновский (отв. редактор),
А. В. Масейкина (отв. секретарь)

Сборник содержит материалы, представленные студентами и магистрантами Беларуси, России и Украины.

В статьях отражены результаты исследований и изучения актуальных проблем развития АПК.

Статьи печатаются в авторской редакции.

Рецензенты:

кандидат экономических наук, доцент Т. Л. Хроменкова
кандидат экономических наук, доцент С. К. Чаусова

©УО «Белорусская государственная
сельскохозяйственная академия», 2013

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ

Научный руководитель – Кузнецова И.А. – ст. преподаватель

УО «Полесский государственный университет»,

Пинск, Республика Беларусь

Происходящий в Республике Беларусь переход к рынку заставляет по-новому взглянуть на проблему качества и конкурентоспособности продукции. Если не сегодня, то завтра развитой конкурентный рынок будет диктовать уровень и динамику развития качества продукции. В связи с этим перед производителями продукции возникают задачи планирования и управления качеством, учета затрат, выбора более экономичного варианта достижения определенного его уровня и наилучшего способа организации процесса обеспечения качества. Все эти проблемы могут успешно решаться лишь при едином подходе к понятию качества, способов и методов его измерения. Такой подход может быть обеспечен лишь через правильное управление конкурентоспособностью товара.

Достижение и поддержание на определенном уровне конкурентоспособности продукции требуют определенных мер со стороны персонала. Эти меры должны быть комплексными и системными, увязанными со всеми аспектами деятельности предприятия.

Поэтому подсистема управления конкурентоспособностью является одной из важнейших подсистем управления предприятием.

С позиции комплексного подхода в подсистеме управления конкурентоспособностью можно выделить несколько относительно обособ-

ленных, но взаимосвязанных элементов: аппарат управления конкурентоспособностью, механизм управления, процесс управления и обеспечивающие средства [1].

Аппарат управления представляет собой персонал предприятия, осуществляющий управленческое воздействие на конкурентоспособность, как продукции, так и предприятия в целом. Сюда входят люди, принимающие решения по обеспечению конкурентоспособности, а также обеспечивающие процесс подготовки, принятия и реализации решений. Аппарат управления функционирует в форме организационной структуры. Наиболее важными звеньями организационной структуры обеспечения конкурентоспособности являются: служба маркетинга; отдел стратегического планирования; отдел сбыта; конструкторско-технологическая служба; отдел технического контроля; научно-исследовательские подразделения; отдел труда и заработной платы и др. [2].

Механизм управления конкурентоспособностью включает систему целей, принципов, задач, функций и методов обеспечения конкурентоспособности.

Основной целью управления конкурентоспособностью продукции является адаптация продукции к требованиям конкретного рынка по соотношению «качество – цена». Решения по такой адаптации принимаются аппаратом управления при помощи механизма управления конкурентоспособностью.

Основными принципами обеспечения конкурентоспособности являются следующие:

- ориентация на потребителя. Выжить на рынке могут только те предприятия, которые представляют своему потребителю лучшую продукцию, чем их конкуренты. Поэтому стратегия деятельности предприятия должна быть направлена на обеспечение высокого качества своей продукции, являющегося основной составляющей конкурентоспособности;

- ориентация на продукцию. Если в качестве стратегической цели предприятия рассматривать удовлетворение требований потребителя, то оказывается, что выпускаемая продукция или оказываемые услуги являются решающим фактором в достижении этой цели, то есть тактикой. Такая тактика предполагает создание товаров, соответствующих требованиям рынка, для чего необходимо тщательно исследовать последний;

– понимание каждым работником предприятия того, что продукция должна удовлетворять потребителя больше, чем аналогичная продукция конкурентов;

– ориентация на перспективу. До недавнего времени при решении проблем качества предприятия ориентировались на технический уровень качества продукции без учета потребностей рынка. Современный анализ применяемых ранее систем управления качеством продукции акцентирует внимание на использовании принципов системного подхода к управлению конкурентоспособностью продукции. Базой обеспечения высокого качества и конкурентоспособности продукции является стандартизация и унификация. Применение стандартных и унифицированных деталей и сборочных единиц позволяет снизить издержки на их изготовление, повысить качество, сократить применяемую номенклатуру и уровень запасов. Это позволяет поддерживать прибыль и доход на стабильном уровне;

– непрерывность. Обеспечение конкурентоспособности продукции не может быть актом единовременным. Динамичность рыночной конъюнктуры требует проведения систематических мероприятий по повышению научно-технического уровня и качества продукции, а также снижению затрат на ее производство и реализацию. Поэтому процесс управления конкурентоспособностью должен быть непрерывным [3].

Наиболее важной частью механизма управления конкурентоспособностью являются функции и методы обеспечения конкурентоспособности.

В состав функций входят: прогнозирование конкурентоспособности продукции, работ, услуг; нормирование требований к конкурентоспособности; аттестация и сертификации продукции; организация разработки и подготовки продукции на производство; организация технологической подготовки производства; метрологическое обеспечение конкурентоспособности продукции; организации материально-технического обеспечения конкурентоспособности продукции; обеспечение стабильности запланированного уровня конкурентоспособности продукции при ее изготовлении, транспортировке, хранении и потреблении; стимулирование повышения конкурентоспособности; контроль качества продукции; правовое обеспечение конкурентоспособности; информационное обеспечение.

Функции управления конкурентоспособностью продукции реализуются с помощью определенных методов. По характеру воздействия выделяют три группы методов: административные, или организацион-

но-распорядительные, экономические и социально-психологические[4].

С помощью механизма управления осуществляется процесс обеспечения конкурентоспособности продукции на предприятии, который имеет свою технологию и организацию. Процесс обеспечения конкурентоспособности продукции - составная часть процесса производства и реализации продукции. Он основан на разделении труда между работниками и предполагает определенную последовательность действий, их протяженность во времени и в пространстве. Конечный результат этого процесса – решение, направленное на обеспечение конкурентоспособности [2].

В системе управления конкурентоспособностью выделились и обособились следующие виды средств, обеспечивающих процесс управления конкурентоспособностью: техническое, информационное, программное, организационное, лингвистическое, метрологическое, правовое и математическое. Комплексное применение этих средств позволяет создать на предприятии автоматизированную систему обеспечения конкурентоспособности, в которой некоторые функции могут выполняться без участия человека.

С помощью рассмотренных средств и методов каждое предприятие формирует политику обеспечения конкурентоспособности, которая является важнейшим элементом стратегии предприятия.

Конкурентоспособность продукции определяет конкурентоспособность предприятий и национальной экономики в целом, что, в свою очередь, является важнейшим условием экономической безопасности государства. Поэтому решение проблем сбыта отечественной продукции на долговременной основе, как на внутреннем, так и на внешних рынках требует определенной протекционистской политики государства в налоговой, таможенной, валютной и кредитной политиках.

Таким образом, под системой конкурентоспособности понимают совокупность организационной структуры, методик, процессов и ресурсов, необходимых для общего руководства качеством и конкурентоспособностью на предприятии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ш и н к а р е н к о, В.Г., Управление конкурентоспособностью предприятия / В. Г. Шинкаренко, А. С. Бондаренко. – Х.: Изд-во ХНАДУ, 2003. – 186 с.
2. Ф а т х у т д и н о в, Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / З. А. Фатхутдинов. – М.: Инфра-М, 2001. – 312 с.
3. К а ч а л и н а, Л.Н. Конкурентоспособный менеджмент / Л. Н. Качалина. – М.: Эксмо-Пресс, 2006. – 460 с.

4. Г о в о р о в а, Н. Конкурентоспособность - основной фактор развития современной экономики / Н. Говорова // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 4. – С. 24-29.