

[edited by GP Bade, J. K. Tarasevich]. - Minsk: Entsiklopediks, 2013. - 104 p.

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ В РАМКАХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

*Куган С.Ф., к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента, УО «Брестский государственный
технический университет», г. Брест, Республика Беларусь*

*Kugan S.F., Ken, associate professor, associate professor of management, UO «Brest State Technical
University», Brest, Republic of Belarus*

Аннотация

В рамках современных теорий управления при оценке функционирования организации на первый план выходят неценовые факторы конкурентоспособности. Достижение конкурентных преимуществ на рынке во многом определяется конкурентоспособностью организации, природа которой обусловлена, прежде всего, наличием множества детерминирующих ее внутренних и внешних факторов.

Abstract

Within modern theories of management at an assessment of functioning of the organization to the forefront there are not price factors of competitiveness. Achievement of competitive advantages in the market in many respects is defined by competitiveness of the organization which nature is caused, first of all, by existence of a set of the internal and external factors determining it.

Ключевые слова: конкурентоспособность, миссия, цели управления.

Keywords: competitiveness, mission, purposes of management.

Конкурентоспособность производственной организации составляет основу устойчивого экономического роста и ее экономической безопасности. В литературе нет единой точки зрения на определение конкурентоспособности организации, что затрудняет создание единых методик оценки качества управления конкурентоспособностью производственной организации.

В соответствии с методическими материалами по стандартам ISO/DIS 9004, руководство организации должно устанавливать, внедрять и поддерживать процессы по управлению знаниями, информацией и технологиями как важнейшими ресурсами. В настоящее время компьютерные и сетевые технологии играют все большую роль в различных областях деятельности. Процессы внедрения новых информационных технологий оказывают влияние на все сферы деятельности отдельного предприятия и экономики в целом, а появление современных средств организации сетевых ресурсов позволяет привлекать новые возможности и ресурсы развития, что позволит формировать конкурентоспособность предприятий с учетом внутренних и внешних связей предприятия.

Однако большинство авторов рассматривают проблему конкурентоспособности только применительно к продукции, как итоговому результату производственного процесса. По нашему мнению, такой подход недостаточно корректен, поскольку любой экономический

процесс, в том числе и создание конкурентоспособной продукции, несет в себе черты общего и особенного, сущности и явления. Поэтому, рассмотрение конкурентоспособности продукции в отрыве от процессов обеспечения конкурентоспособности предприятия вряд ли возможно и правомерно. Продукция – есть результат деятельности конкретного производителя, располагающего определенным собственным внутренним потенциалом и действующего на конкретном рынке и с установленными на нем рыночными механизмами.

С этих позиций рассмотрение конкурентоспособности организации как центрального звена во взаимосвязи категорий конкурентоспособность страны или предприятия – продукции представляется значительно более перспективным как для комплексного научного исследования, так и для выработки эффективных мер по регулированию конкурентоспособности, адекватных сегодняшнему состоянию отечественной экономики.

Практически неразработанным остается вопрос об оценке уровня конкурентоспособности производственного предприятия. Актуальность и недостаточная исследованность этих вопросов, их большая значимость для экономики Республики Беларусь оставляют поля деятельности для современных исследователей.

В современных условиях конкурентной борьбы для производственных предприятий большое значение имеет возможность

рационального использования всех видов ресурсов, в частности – материальных, являющихся одной из основных составляющих производственного процесса. В повышении эффективности перемещения производственных запасов заложен потенциал экономической стабильности, снижения себестоимости, повышения качества и формирования стабильности работы всего предприятия. Из ряда задач управления ресурсами предприятие не может определить какие-либо приоритеты. Такая ситуация возникает из-за взаимосвязанности имеющихся ресурсов между собой. На самом деле, уделяя максимальное внимание обеспечению материальными ресурсами производства необходимо помнить про проблемы и задачи сферы управления мощностями этого же производства, финансового обеспечения и маркетинговых мероприятий. Поэтому задачу управления производством, а именно ресурсами производства, можно и необходимо рассматривать в совокупности всех ее составляющих. При этом мировой опыт показывает, что рост эффективности работы современного промышленного предприятия возможен с помощью внедрения интегрированных информационных систем, объединяющих управление финансами, персоналом, снабжением, сбытом и собственно производством.

Как указывается в работе О.А. Высоцкого, система оперативного управления включает много разных элементов, но в ней непременно присутствуют проблемы, цели, альтернативы и решения, как выбор альтернативы [1]. Оперативное управление производством характеризуется принятием управленческим персоналом решений в реально складывающейся или сложившейся производственной ситуации. Целью оперативного управления производством является обеспечение эффективного осуществления производственного процесса, а именно:

- определение партии одновременно изготавливаемой продукции;
- оперативное планирование места и времени выполнения процесса изготовления продукции;
- координирование прохождения внутрипроизводственных и внешних заказов;
- выдачу нарядов на выполнение работ;
- установление сроков сдачи и поставки продукции и контроль за их соблюдением;
- обеспечение оптимальной загрузки рабочих и оборудования в производственном процессе;
- размещение заказов на материалы.

В современных экономических условиях никакая организация не может успешно

функционировать без четко определенных задач, направленных на получение конкретных результатов. Другими словами, организация с самого начала своей деятельности должна иметь определенную целевую ориентацию.

Когда речь идет о целевом начале в поведении организации и соответственно о целевом начале в управлении организацией, то обычно говорят о двух составляющих: миссии и целях. Установление того и другого, а также выработка стратегии поведения, обеспечивающей выполнение миссии и достижение организацией своих целей, является одной из основных задач руководства и соответственно составляет очень важную часть стратегического управления.

Существует широкое и узкое понимание миссии. В случае широкого понимания миссия рассматривается как констатация философии и предназначения, смысла существования организации. Философия организации определяет ценности, верования и принципы, в соответствии с которыми организация намеревается осуществлять свою деятельность. Предназначение определяет действия, которые организация намеревается осуществлять, и то, какого типа организацией она намеревается быть. Философия организации обычно редко меняется.

Что касается второй части миссии, то она может меняться в зависимости от глубины изменений, которые могут происходить в организации и в среде ее функционирования.

В том случае, если имеется узкое понимание миссии, она рассматривается как сформулированное утверждение относительно причины существования организации – раскрывающее смысл ее существования, проявляющий отличие данной организации от ей подобных. Правильно сформулированная миссия, хотя и имеет всегда общий философский смысл, должна отражать индивидуальную особенность, характеризующую именно ту организацию, в которой она была выработана.

Целевое начало в деятельности организации возникает как отражение целей и интересов различных групп людей, связанных с деятельностью организации и вовлеченных в процесс ее функционирования. Основными группами людей, чьи интересы оказывают влияние на деятельность организации и должны быть учтены при определении ее предназначения, являются:

- собственники организации;
- сотрудники организации;
- потребители продукта (услуги) предприятия;
- деловые партнеры организации;
- общество в целом.

Хорошо сформулированная миссия должна прояснять суть и стремления организации посредством следующих основных характеристик:

- целевые ориентиры;
- сфера деятельности;
- философия организации;
- возможности и способы их осуществления в долгосрочной перспективе.

Если миссия задает общие ориентиры, направления функционирования организации, выражающие смысл ее существования, то конкретные конечные состояния, к которым стремится организация, фиксируются в виде ее целей, где под целями понимается конкретное состояние отдельных характеристик организации, на достижение которых направлена ее деятельность. На основании поставленных целей позиционирования организация формирует стратегию поведения на рынке и выстраивает систему управления конкурентоспособностью.

Система управления конкурентоспособностью организации формирует механизм управления посредством всех основных элементов: функций, ресурсов, методов, технологий и инструментов управления.

На основе взаимодействия теоретических достижений и практического опыта Республики Беларусь, стран ближнего и дальнего зарубежья

цели и задачи управления конкурентоспособностью производственной организации формируются в условиях качественно новой системы устойчивого развития. Основные этапы разработки методологии управления устойчивым развитием производственных организаций региона представлены на рисунке 1.

Современные производственные организации имеют полную хозяйственную самостоятельность. Они сами изучают спрос на товарных рынках, проектируют и отработывают новые образцы продукции, формируют и обновляют ассортимент выпускаемой продукции, оснащают производство необходимым технологическим оборудованием, вступают в хозяйственные связи с другими предприятиями, продвигают выпускаемую продукцию на рынок и реализуют ее, получая прибыль для дальнейшего развития производства. Получаемая ими прибыль является основным источником финансирования инвестиций в производство. При недостаточности прибыли предприятия ищут другие источники финансирования своего развития: через банки, фонды, общества взаимного кредитования и др. Они самостоятельны в определении стратегии, научно-технической политики и программ развития и конкурентоспособности, а также их реализации.

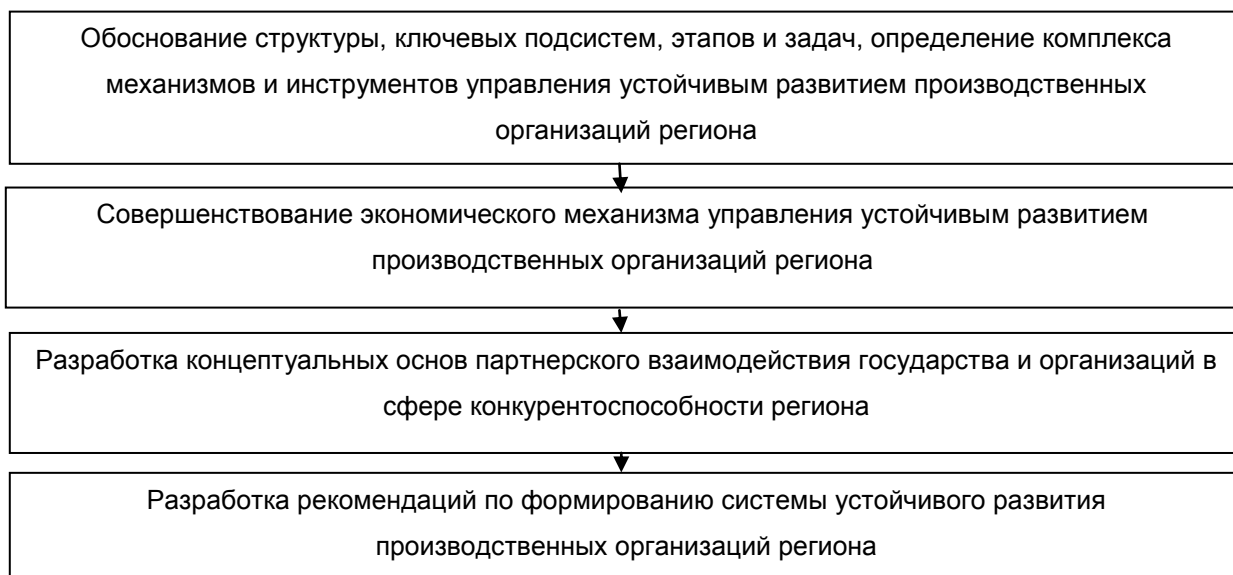


Рисунок 1 – Схема алгоритма разработки методологии управления устойчивым развитием организации

На сегодняшний день отсутствует общепринятый подход к классификации факторов конкурентоспособности предприятия.

При определении факторов конкурентоспособности организации необходимо учитывать специфику отрасли и особенности

внешней среды организации (любая классификация требует уточнения в соответствии с особенностями отрасли и внешней среды).

В настоящее время на первый план выходят неценовые факторы конкурентоспособности, из

которых важнейшее значение приобретают теории: управления устойчивым развитием, прозрачности управления. В связи с ускорением научно-технического прогресса инновативность организации становится одним из основополагающих факторов его конкурентоспособности. Это обусловлено появлением более жестких международных стандартов, предъявляемых как к производственному процессу, так и к выпускаемой продукции. Постоянно возрастающие требования к качеству товара и одновременно острая конкуренция на рынке заставляют производственные организации при разработке новых изделий использовать принципы стандартов ИСО. Так как конкурентоспособность производственной организации категория динамическая, то при классификации и анализе ее факторов (конкурентных преимуществ) необходимо принимать во внимание не только реальное состояние внешней и внутренней среды, но и потенциальные возможности организации.

Таким образом, достижение конкурентных преимуществ на рынке во многом определяется конкурентоспособностью организации, природа которой обусловлена, прежде всего, наличием множества детерминирующих ее внутренних и внешних факторов. Очевидно, что чем шире у организации набор конкурентных преимуществ, тем более благоприятные предпосылки она имеет для позиционирования как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

Установление своего места в рыночной среде – это первый шаг в управлении конкурентоспособностью организации. Поэтому у менеджеров возникает естественный вопрос оценки ранга конкурентов и их системы конкурентоспособности через основные и специальные функции управления. При оценке конкурентоспособности необходимо учитывать стратегические цели конкурентов, особенности их функционирования, т.е. необходимо производить оценку значимости тех или иных факторов. Для обеспечения благоприятной и минимально уязвимой для конкурентов позиции организации необходимо обладать более значительными по сравнению с соперниками

конкурентными преимуществами и статусом (быть лидером) и т.п. Организация может привлекать на свою сторону клиентов конкурентов, предоставляя им товары и услуги повышенного качества по приемлемым ценам; особое обслуживание и пр. Используя совокупность данных факторов, организация может быть конкурентоспособным, доминировать над конкурентами и сохранять лидирующие позиции на рынке в своем сегменте.

Литература

1. Высоцкий О.А. Теория измерения управляемости хозяйственной деятельностью предприятия / О.А. Высоцкий. – Минск: Право и экономика, 2004. – 396 с.
2. Пелих С.А. Формирование региональных и отраслевых логистических систем / С.А. Пелих, Ф.Ф. Иванов, М.В. Городко – Минск: Право и экономика, 2011. – 589 с.
3. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.
4. Фатхудинов Р.А. Производственный менеджмент: учеб. для вузов / Р.А. Фатхудинов. – 2-е изд., доп. – М.: Бизнес-шк. «ИНТЕЛ-СИНТЕЗ», 2008. – 195 с.

Literature

1. Vysotsky O.A. Theory of measurement of controllability economic activity of the enterprise / O. A. Vysotsky. – Minsk: Right and economy, 2004. – 396 pages.
2. Pelikh SA. Formation of regional and branch logistic systems / S. A. Pelikh, F.F. Ivanov, M. V. Gorodko – Minsk: Right and economy, 2011. – 589 with.
3. Malt liquor, M. Competitive strategy: Technique of the analysis of branches and competitors/M. Malt liquor; the lane with English – M.: Alpina Business of Axle boxes, 2005. – 454 pages.
4. Fatkhudinov R.A. Production management: studies. for higher education institutions / R. A. Fatkhudinov. – 2nd prod., additional – M.: Business шк. «INTEL-SINTEZ», 2008. – 195 pages.

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОГО КОНТРАКТА В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ FORMING AN EFFECTIVE CONTRACT IN HIGHER EDUCATION

Ляпунцова Е.В., профессор кафедры Информационные технологии и автоматизированные системы Технологического института Московского государственного университета пищевых производств, доктор технических наук.

Lyapunтова E., Professor, Technological Institute of Moscow State University of Food Production, Department of Information Technologies and Automated Systems