

УДК 658.8

Коваленко О.В., к.е.н.
доцент кафедри економіки підприємства
Калниш М.В.
магістр
Запорізька державна інженерна академія
ep.zgia@gmail.com

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Коваленко О.В., Калниш М.В. Управління конкурентоспроможністю промислової продукції в сучасних умовах. Розглянуто поняття конкурентоспроможності продукції. Досліджено основні напрямки управління та фактори впливу на конкурентоспроможність продукції. Визначено особливості управління конкурентоспроможністю продукції ПАТ «Запоріжжовогнетрив». Розроблено модель програмно-цільового управління конкурентоспроможністю продукції промислового підприємства.

Коваленко Е.В., Калныш М.В., Управление конкурентоспособностью промышленной продукции в современных условиях. Рассмотрено понятие конкурентоспособности продукции. Исследованы основные направления управления и факторы влияния на конкурентоспособность продукции. Определены особенности управления конкурентоспособностью продукции ОАО «Запорожогнеупор». Разработана модель программно-целевого управления конкурентоспособностью продукции промышленного предприятия.

Kovalenko E.V., Kalnush M.V. Management of competitiveness of industrial products in the current conditions. Considered the essence of the concept of competitiveness. The main directions of research management, factors influencing the competitiveness of products. The features of management competitiveness of products of industrial enterprises of "Zaporozhogneupor". A model of the target program management competitiveness of industrial products company.

Вступ. Сучасні умови прискореної інтеграції України до світової економіки потребують від кожного підприємства не тільки збереження своїх позицій на внутрішньому ринку, але й забезпечення виходу на зовнішні ринки. Для цього потрібно виготовляти продукцію відповідно до світових стандартів якості. Якість продукції, що випускається з урахуванням витрат щодо її забезпечення, вважається одним з основних показників конкурентоспроможності та ефективного функціонування підприємства. Недосконалість державного регулювання призвела до підвищення ролі сировинних, енергоємних і технологічних галузей та до послаблення потенціалу високотехнологічних виробництв. Конкурентоспроможність дуже динамічна економічна категорія, на визначення та оцінку якої впливає ряд

факторів, які теж мають не статичний характер. Управління ж конкурентоспроможністю продукції на сьогодні займає чи не центральне місце у загальній системі управління підприємством.

Мета статті - визначити суть та фактори впливу на конкурентоспроможність промислової продукції, розглянути та дослідити основні ресурси потенціальних можливостей підприємства, розробити модель програмно-цільового управління конкурентоспроможністю продукції.

Результати. Кожне підприємство орієнтується на одержання максимального прибутку. Для цього має використовувати такий процес виробництва, який би дозволяв при однаковому рівні випуску товарів застосовувати мінімальну кількість ресурсів, зменшити витрати й забезпечити постійні резерви задля конкурентної боротьби. У зв'язку з цим, питання конкурентоспроможності продукції промислових підприємств у сучасних умовах економічної глобалізації вважаються актуальною господарською проблемою. Одним з основних способів вирішення цієї проблеми є використання сучасних методів управління, розробка довгострокових програм та впровадження стимулюючих дій щодо забезпечення конкурентоспроможності продукції потенційно успішних на ринку промислових підприємств та галузей. Головним фактором підтримання необхідного рівня конкурентоспроможності продукції в умовах постійно зростаючої динаміки змін зовнішнього середовища є забезпечення стійких конкурентних переваг на рівні не нижче від досягнутого конкурентами.

Конкурентоспроможність продукції є вагомим критерієм доцільності виходу підприємства на ринок, умовою ефективного здійснення господарських операцій і складовою вибору засобів і методів виробничої діяльності. Забезпечення високої конкурентоспроможності продукції є запорукою комерційного успіху підприємства [5 с. 81].

Конкурентоспроможність продукції проявляється в процесі її реалізації як товару та визначається насамкінець споживачем. Сутність конкурентоспроможності продукції проявляється в основному через три групи показників, за якими вона оцінюється:

- корисність продукції (якість, ефект від використання):
- затрати споживача при задоволенні його потреби продукції (ціна товару на момент її купівлі, затрати на використання, ремонт, утилізацію);
- придатність продукції до пропонування (спосіб просування товару на ринок, умови платежу, канали збуту, сервісне обслуговування).

Таким чином, конкурентоспроможність має розглядатись як відносна характеристика продукції, яка відображає її відмінність від продукції конкурента за ступенем відповідності однакої потребі та за затратами на її задоволення [2 с. 65].

Існує багато підходів до забезпечення конкурентоспроможності продукції промислового підприємства, але метод програмно-цільового управління, є одним з найбільш продуктивним, тому що він має комплексний характер. Цей метод планування та управління застосовується на державному, регіональному та галузевому рівнях вже тривалий час та

характеризується високою ефективністю. Для розробки методики програмно-цільового управління конкурентоспроможністю продукції підприємства треба з'ясувати перш за все умови забезпечення конкурентоспроможності продукції та визначити особливості програмно-цільового управління. Для цього можна орієнтуватися на вирішення таких завдань:

1. Дослідження потреб споживачів та тенденції їх розвитку.
2. Оцінка поведінки та можливостей конкурентів.
3. Дослідження стану та тенденції розвитку ринку.
4. Пізнання навколишнього середовища та його тенденції.
5. Створювати такий товар, щоб споживач віддав перевагу створеному товару, а не товару конкурента.
6. Орієнтувати реалізацію перерахованих завдань на довготривалу перспективу.

Кінцевою метою всієї роботи підприємства є випуск продукції, яка повинна повністю відповідати вимогам цільового ринку. Такий результат забезпечує комплексна система управління якістю та конкурентоспроможністю продукції на підприємстві, при цьому її розробка, впровадження та функціонування є основною для випуску високоякісної продукції [1 с. 42].

В економічній літературі не достатньо приділяється уваги підходам до управління конкурентоспроможністю продукції. Конкурентоспроможність продукції складається з багатьох факторів: соціального аспекту задоволення попиту, якості, асортименту, отримання прибутку та вигоди виробником, сервіс, отримання прибутку торговими підприємствами, післяпродажне обслуговування. Можна також виділити чотири основних рівні управління конкурентоспроможністю продукції. (рисунок 1)

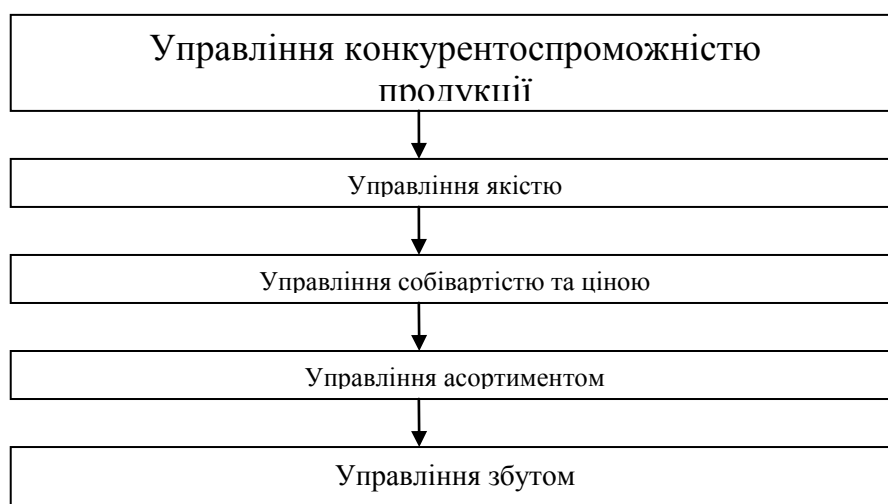


Рисунок 1 - Рівні управління конкурентоспроможністю продукції

Управління якістю передбачає поелементне управління якістю сировини, технології, транспортування, зберігання, пакування. Управління

собівартістю передбачає в контролюванні цін сировини, собівартості обробки, вартості зберігання. Управління асортиментом включає аналіз структури асортименту та частоти оновлення, визначення частки продукції для експорту до загального обсягу. Управління збутом забезпечує визначення оптимальної стратегії просування продукції. Будь-яке управління вже передбачає досягнення цілей і воно вже є цільовим. Відмінності полягають лише у методах усвідомлення, обґрунтування та визначення цілей. Чим більш точно сформульована мета, тим більше впевненості в її досягненні.

Для забезпечення конкурентоспроможності продукції промислового підприємства потрібно довести її зміст до кожного рівня системи управління та виконавців на підприємстві. Це можна забезпечити за допомогою моделі програмно-цільового управління конкурентоспроможністю продукції, де встановлюються конкретні завдання для досягнення поставленої мети.

За кожним з цих напрямків визначаються цілі, за допомогою яких можна забезпечити ефективне управління. Встановлення цілей складний процес, в якому поєднуються знання та досвід осіб, які відповідають за формування цілей. Тому встановлення цілей є одним з найголовніших та найскладніших етапів програмно-цільового управління. Цю модель можна розглядати як базову для будь-якого виду продукції промислового підприємства. Але вона може розширюватися та поглиблюватися залежно від виду діяльності. Модель програмно-цільового управління конкурентоспроможності продукції промислового підприємства має такий вигляд (рисунок 2).

Розглянемо цю модель на прикладі ПАТ «Запоріжвогнетрив». Продукція підприємства, що виправдує і перевершує очікування споживача, користується попитом не тільки в Україні, а й за кордоном. ПАТ «Запоріжвогнетрив» постійно проводить роботи, спрямовані на своєчасне оновлення і вдосконалення техніко-економічної бази підприємства з метою кардинального підвищення якості продукції, забезпечення її конкурентоспроможності на ринку вогнетривів. Технічне переоснащення та реконструкція виробництва, освоєння нових видів продукції, поліпшення якості вогнетривів - це пріоритетні напрямки розвитку ПАТ «Запоріжвогнетрив». Зараз ПАТ "Запоріжвогнетрив" - одне з найбільших в Україні підприємств з випуску вогнетривких виробів і матеріалів високої якості, а за асортиментом продукції йому немає рівних у світі. На підприємстві розроблена та функціонує "Система управління якістю", що визначає відповідність вимогам міжнародного стандарту "ISO 9001:2000 р. у Німецькій системі сертифікації "ТЮФСЕРТ". Все це дозволило підприємству вийти на новий високий рівень якості продукції, що випускається.

ПАТ «Запоріжвогнетрив» застосовує систему управління якістю в областях розробки, проектування, виробництва, збуту та післяпродажного обслуговування вогнетривів для металургійної та інших галузей промисловості [6].

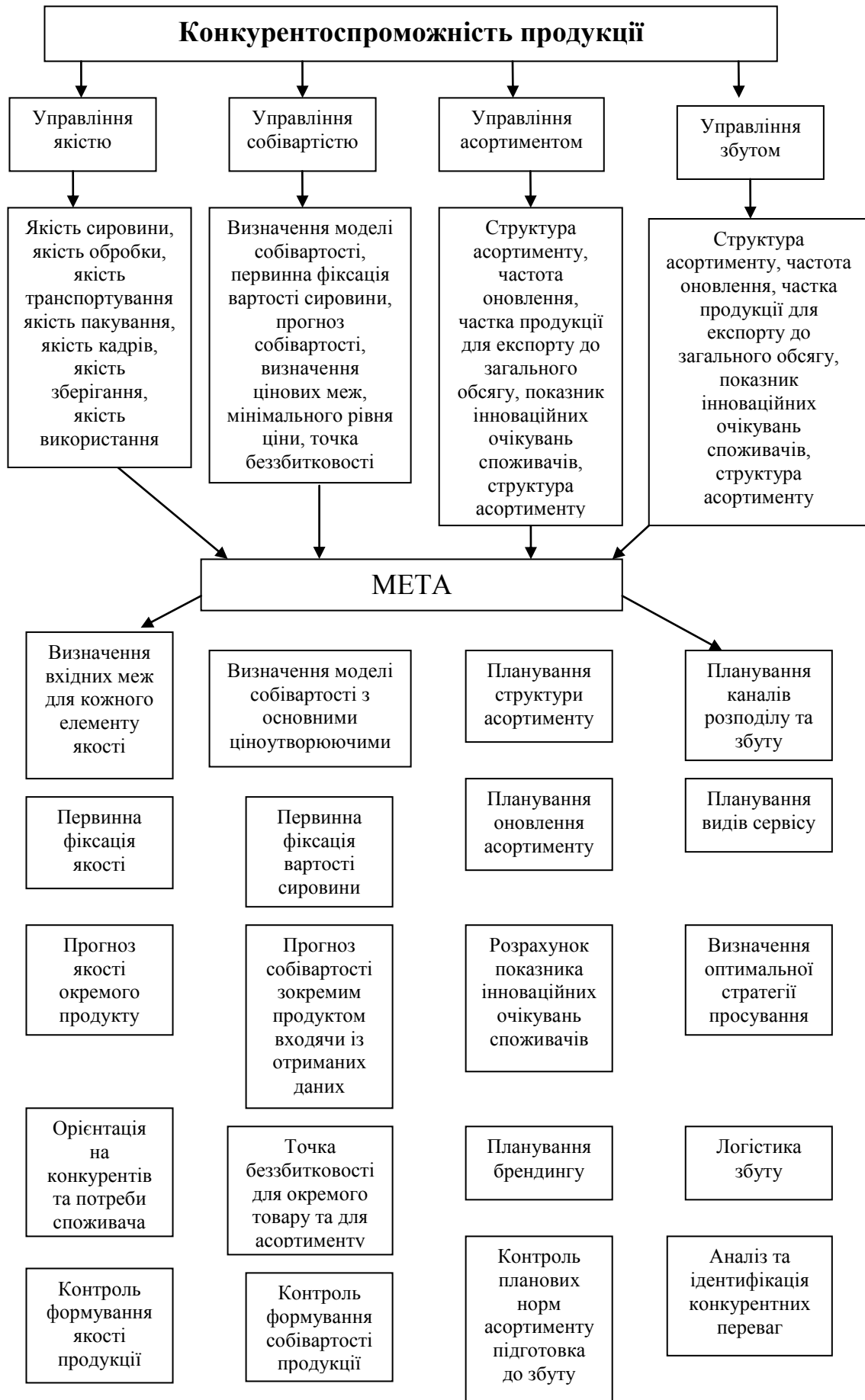


Рисунок 2 - Модель програмно-цільового управління конкурентоспроможністю продукції

На ПАТ «Запоріжвогнетрив» працює лабораторія якості, яка контролює спочатку всю сировину, що надходить на завод, а потім і готову продукцію. До речі, всі вироби, які відвантажуються споживачам, мають сертифікат якості, а заводська лабораторія пройшла акредитацію на технічну компетентність у проведенні випробувань сировини та готової продукції.

Робота колективу ПАТ «Запоріжвогнетрив» щодо поліпшення якості продукції набула широкого визнання. Підтвердженням високої репутації підприємства в діловому світі є міжнародні та національні нагороди за конкурентну та якісну продукцію. Помірні ціни й конкурентоспроможність продукції ПАТ "Запоріжвогнетрив" сприяють встановленню і розширенню економічних зв'язків підприємства. Кожен третій вогнетрив в Україні виготовлений на ПАТ "Запоріжвогнетрив". Вироби заводу експортуються в країни СНД і далекого зарубіжжя - Алжир, Єгипет, Індію, Кубу, Пакистан, Туреччину та ін. Успішна діяльність ПАТ "Запоріжвогнетрив" багато в чому забезпечується спільною діяльністю з партнерами. ТОВ "МД-Груп" здійснює ексклюзивні поставки сировинних матеріалів для виробництва вогнетривів з Китаю, Словаччини, Туреччини та інших країн, а також комплексні поставки вогнетривів виробництва ПАТ «Запоріжвогнетрив» на підприємства металургійної, енергетичної, харчової промисловості, виробництва будівельних матеріалів України і СНД [6].

Конкурентоспроможна продукція ПАТ "Запоріжвогнетрив" забезпечує постійну фінансову стійкість фірми, а також одержання нею максимального можливого прибутку, багатоаспектний вплив підвищення якості та конкурентоспроможності продукції не тільки на виробництво та ефективність господарювання, а також на імідж підприємства.

Висновки. Для досягнення конкурентоспроможності потенційних можливостей ПАТ «Запоріжвогнетрив» на міжнародному ринку потрібно мати переваги не тільки за рахунок ціни, якості, але й за рахунок впровадження нових ідей у виробничу сферу та у сферу управління. Цільове управління конкурентоспроможністю продукції – це процес ідентифікації, планування, формування, утримання на нарощування конкурентних переваг продукції на кожному етапі. Для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності продукції необхідно комплексно підходити до управління нею. Цього можна досягти застосовуючи програмно-цільовий метод управління, який є інструментом забезпечення стійкого розвитку промислового підприємства.

Список літератури

1. Бурцева Т.А., Сизов В.С., Цень О.А. Управление маркетингом: Учебное пособие. - Москва: «Экономист», 2005. - 271 с.
2. Коваленко О.В. Барабаш Ю.О. Економічна діагностика. Навчально-методичний посібник. - Запоріжжя ЗДІА, 2010. - 212 с.
3. Котельнікова Д.І. Задорожна С.М. Управління конкурентоспроможністю. Навч. посібник для студентів вищих навчальних закладів. - К. : Видавничий дім «Слово», 2004. - 168 с.

4. Омельчак Г.В. Передумови побудови моделей конкурентоспроможності потенційних можливостей підприємств / Г.В.Омельчик // Держава та регіони. - 2010.- № 1. - с. 148 - 153.

5. Паршина О.А. Обґрунтування вибору управлінських рішень щодо забезпечення конкурентоспроможності продукції / О.А.Паршина // Держава та регіони. – 2011. - № 2. – с. 81 - 85.

6. Основні показники діяльності ПАТ «Запоріжвогнетрив» [Електронний ресурс] / Офіційний сайт ПАТ «Запоріжвогнетрив». - Режим доступу : www.zapozhognetpor.com/quality.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, ринкові умови, якість, інструмент, виробництво, управління, стійкий розвиток.

Ключевые слова: конкурентоспособность продукции, рыночные условия, качество, инструмент, производство, управление, устойчивое развитие.

Key words: competitiveness of products, market conditions, quality, tool production, management, sustainable development.

Надійшла до редакції 15.12.2011р.