

Шашло Н. В.

Кузубов А. А.

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ АГРОПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Постановка проблемы. Трансформация процесса развития конкурентоспособности как комплексных систем, хозяйствующих субъектов, а также создаваемых ими объектов (товаров или услуг) крайне актуальна в условиях динамичного развития рыночных отношений. Изучение данной проблемы обусловлено рядом причин, одной из которых является кризис многих агропромышленных предприятий, характеризующийся спадом производства, потерей конкурентных позиций отечественной продукции на мировых рынках, отсутствием стратегически обоснованного механизма эффективного управления конкурентоспособностью. Вопросы поиска путей построения и совершенствования механизма управления конкурентоспособностью предприятия в экономической науке и практике многоплановые, требующие системно-целевого подхода и концентрирующиеся на разработке аналитических методов исследования конкурентоспособности и организационно-экономических методов, составляющих единый организационно-экономический механизм управления конкурентоспособностью, который объединяет управленческие, технические и технологические мероприятия по ее повышению. Именно с позиции решения этой проблемы и недостаточной степени исследования отмеченных аспектов, данное исследование в ракурсе поставленного вопроса является особо актуальным.

Анализ исследований и публикаций.

В отечественной экономической теории и практике понимание, диагностика и формирование конкурентоспособности находятся в стадии исследования. Основы конкурентоспособности предприятий заложены в фундаментальных трудах классиков экономической теории Р.Л.Акоффа, И.Ансоффа, П.Ф.Друкера, Ф.Котлера, К.Л.Келлера, Ж.-Ж.Ламбена, А.Маршалла, Дж.Ст.Милля, Ф.Д.Мориса, М.Портера, Д.Риккардо, Дж.Робинсона, Г.Саймона, П.Самуэльсона, А.Смита, А.Дж.Стрикленда, А.А.Томпсона, Ф.Хедоури, Дж.Хикса, Д.Хэйя, Э.Чемберлена, К.Эрроу.

Проблемы формирования и развития конкурентоспособности предприятий и продукции освещаются в трудах отечественных ученых: Л.И. Абалкина, А.Г. Аганбегяна, Л.Г. Азоева, А.П. Градова, А.Г. Гранберга, Е.А. Ивановой, Ю.Г. Короткого, Е.В. Еремеевой, В.В. Леонтьева, Е.И. Мазилкиной, Т.Г. Паничкиной, Ю.Б. Рубина, А.Ю. Юданова, а также ученых

Урала - О.И. Боткина, Ю.С. Перевощикова, В.И. Некрасова, А.И. Татаркина, А.Н. Пыткина, Н.С. Давыдовой, В.В. Матвеева, А.М. Макарова.

В то же время приходится констатировать, что уровень разработанности данной проблемы представляется явно недостаточным. Высокая актуальность выбранной темы и ее востребованность, высокая практическая значимость проблем управления конкурентоспособностью агропромышленного комплекса и обозначили актуальность исследования.

Формулирование цели статьи. Целью данной статьи является исследование путей построения и совершенствования организационно-экономического механизма управления конкурентоспособностью агропромышленного предприятия в современных условиях.

Основной материал исследования. Повышение конкурентоспособности любого объекта – эволюционный процесс, обусловленный невозможностью принятия эффективных управленческих решений только на основе предшествующего опыта или его экстраполяции, требующий создания специфических моделей и механизмов мобилизации научно-технического, производственно-технологического, финансово-экономического, социального и организационного потенциалов предприятий. Отсюда необходимость активизации исследований в направлении формирования организационно-экономического механизма управления конкурентоспособностью предприятий АПК.

В научной литературе под системой понимается комплекс взаимосвязанных элементов, обладающих общими свойствами и объединенных ради осуществления определенной цели [3]. Системным является тот подход, при котором все связи, элементы, функции и проблемы управления рассматриваются в виде единого целого. Выделение систем осуществляется на основе пяти основных факторов, согласно которым система: обладает общей целью; состоит из взаимосвязанных элементов, образующих ее внутреннюю структуру; имеет наряду с внутренними элементами внешнее окружение, образующее ее ограничения; обладает определенными ресурсами, обеспечивающими ее функционирование; возглавляется управляющим центром, обеспечивающим ее движение к намеченной цели [4 стр.107-112].

Таким образом, организационно-экономический механизм управления конкурентоспособностью предприятия АПК, а, следовательно, и комплексы соответствующих технических, управленческих и технологических мероприятий должны разрабатываться исходя из целевой установки на основе целостной системы принципов, в качестве которых целесообразно использовать следующие семь групп принципов [5 стр.66-69].

1. Общесистемные принципы:

- комплексность - отдельные звенья механизма управления конкурентоспособностью должны быть встроены во все функциональные подразделения предприятия;
- системность - процесс разработки и реализации механизма управления конкурентоспособностью должен основываться на методологии

системного анализа развивающихся систем;

➤ динамичность - принимаемые стратегические решения по управлению конкурентоспособностью должны основываться на динамических рядах оценок стратегических возможностей и конкурентных позиций предприятия;

➤ непрерывность - работа над стратегией управления конкурентоспособностью должна вестись постоянно, с отслеживанием скачкообразных изменений составляющих ее факторов;

➤ оптимальность - управленческий выбор основывается на использовании критериального базиса, отражающего принцип оптимальности, который вытекает из принятой на предприятии системы ценностных установок;

➤ конструктивность – механизм должен формулировать стратегии и тактику управления конкурентоспособностью, обосновывать их выбор и выработать пути их реализации.

2. Принципы управления развитием:

➤ принципы развития систем;

➤ принципы моделирования;

➤ принципы принятия управленческих решений;

➤ принцип самоорганизации;

➤ принцип синергизма.

3. Стратегические принципы (концентрация усилий, баланс рисков, сотрудничество).

4. Принцип информированности и достаточности участников процесса управления.

5. Принцип использования непрерывного мониторинга, предусматривающий постоянное наблюдение и контроль за реализацией и динамикой жизненного цикла процесса управления конкурентоспособностью предприятия АПК.

6. Принцип обеспечения и поддержания диверсификации стратегий управления конкурентоспособностью, постоянно отслеживающий и подготавливающий альтернативные варианты стратегий управления.

7. Принцип обратной связи, позволяющий сделать механизм управления конкурентоспособностью адаптивным по отношению к трансформирующейся рыночной среде. Учет этого принципа позволяет провести необходимые структурные, организационные и ресурсные изменения на предприятии.

Разработанный на рассмотренных выше общесистемных принципах организационно-экономический механизм управления конкурентоспособностью предприятия АПК может быть эффективно действующим, если он учитывает и обеспечивает [6 стр.20-32]:

➤ оптимальное сочетание централизованной и децентрализованной инициативы;

➤ единство целей и действий всего предприятия и отдельных его звеньев;

➤ систему мотивации, создающую заинтересованность всех исполнителей в повышении конкурентоспособности предприятия;

➤ использование современных технологической и технической баз управления, позволяющих с минимальными ресурсами в реальном режиме времени решить вопросы обеспечения конкурентоспособности предприятия.

Действенность и эффективность механизма управления конкурентоспособностью предприятия зависит от его исходного состояния, его функциональной и структурной организации. Предлагаемый нами механизм должен функционировать как программно-целевая структура управления, действующая по типу управления по проекту, т.е. обладать полномочиями по контролю и обеспечению реализации, иметь ресурсное обеспечение для выполнения своих действий - финансовые, материально-технические и человеческие производственные ресурсы.

Безусловно, данный механизм, учитывая сложность и многоаспектность проблемы конкурентоспособности предприятия АПК, не отражает с высокой степенью детализации всю гамму организационно-экономических и других методов решения этой задачи. Однако, такая структуризация позволяет осуществить системный и целенаправленный поиск путей слияния всех компонентов организационно-экономического обеспечения менеджмента предприятия с целью концентрации усилий и управляющего воздействия на факторы, определяющие потенциал агропромышленного предприятия, способный обеспечить повышение его конкурентоспособности и устойчивости в рыночной среде.

Выводы и предложения. Таким образом, по результатам исследования, мы приходим к выводу, что управление конкурентоспособностью - стратегическая задача любого предприятия, решение которой возможно на основе проведения глубокого исследования конкурентоспособности, а также разработки и внедрения организационно-экономического механизма управления конкурентоспособностью, обладающим:

➤ возможностями формирования и корректировки целей и стратегий развития предприятия в соответствии с достигнутым уровнем конкурентоспособности;

➤ методами управления конкурентоспособностью;

➤ организационно-экономическим механизмом поддержки управления конкурентоспособностью, основу которого составляют программно-целевые комплексные блоки, отражающие необходимые организационные, экономические и технико-технологические мероприятия в их взаимозависимости, реализация которых способствует результативному осуществлению управленческих решений.

Литература:

1. Азоев Г. Л. Конкуренція: аналіз, стратегія і практика. — М.: Центр економіки і маркетингу, 1996. —208 с.
2. Балабанова Л.В. Кривенко Г.В. Балабанові І. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств. Навчальний посібник – К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2009. – 256с.
3. Едренкина Э.В. Качество как фактор повышения конкурентоспособности //Интернет. - <http://www.marketing.spb.ru/conf/9/42.htm>.
4. Ефетин В.П., Мотин В.В. Оценка конкурентоспособности при маркетинговых исследованиях. М.: Домодедово. 1996.
5. Завьялов П.С. Конкурентоспособность и маркетинг. // Российский экономический журнал. 1995 .№12.
6. Завьялов П.П.Конкурентоспособность в экономической политике зарубежных стран // Маркетинг. 1996. №2. С.20-32.
7. Котлер Ф. Маркетинг Менеджмент.- СПб.: Питер, 2000. - 752с.
8. Ламбен Ж. Стратегічний маркетинг. Європейська перспектива: Пер. з фр. — СПб.: Наука, 1996. —589 с.
9. Немцов В.Д., Довгань Л.Є. Стратегічний менеджмент. – Київ, 2002. - ТОВ «УВПК «Екс Об». – 360 с.
- 10.Панов А.И. Стратегический менеджмент / А.И Панов, И.О Коробейников.- М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2004. – 284 с.
- 11.Портер М. Конкуренция.: Пер. с англ.: Уч. пос. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 495с.
- 12.Райс Эл, Траут Дж. Маркетинговые войны. - СПб: ЗАО Издательство «Питер», 2003.-256с.