

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ТОВАРА.

Опанасюк Ю.А.

Управление конкурентоспособностью — это совокупность мер по систематическому совершенствованию изделия, постоянному поиску новых каналов его сбыта и улучшения послепродажного сервиса.

В результате оценки конкурентоспособности продукции могут быть приняты следующие пути повышения конкурентоспособности решения:

- изменение состава, структуры применяемых материалов (сырья, полуфабрикатов), комплектующих изделий или конструкции продукции;
- изменение порядка проектирования продукции;
- изменение технологии изготовления продукции, методов испытаний, системы контроля качества изготовления, хранения, упаковки, транспортировки, монтажа;
- изменение цен на продукцию, цен на услуги, по обслуживанию и ремонту, цен на запасные части;
- изменение порядка реализации продукции на рынке;
- изменение структуры и размера инвестиций в разработку, производство и сбыт продукции;
- изменение структуры и объемов кооперационных поставок при производстве продукции и цен на комплектующие изделия и состава выбранных поставщиков;
- изменение системы стимулирования поставщиков;
- изменение структуры импорта и видов импортируемой продукции.

Социально-экономическое значение повышения качества и конкурентоспособности продукции заключается в том, что мероприятия такого направления способствуют формированию более эффективной системы ведения хозяйства при условии рыночных отношений. Социально-экономическая эффективность повышения уровня качества и конкурентоспособности продукции, которая производится предприятиями, заключается, прежде всего, в таком:

1) высококачественная и конкурентоспособная продукция всегда полнее и лучше удовлетворяет общественно-социальные потребности в ней;

2) повышение качества продукции является специфической формой проявления закона экономии рабочего времени: общая сумма расходов общего труда на изготовление и использование продукции более высокого качества, даже если достижение этого связано с дополнительными расходами, существенно уменьшается;

3) конкурентоспособная продукция обеспечивает постоянную финансовую устойчивость фирмы, а также получение ею максимально возможной прибыли;

4) многоаспектное влияние повышения качества и, как следствие, конкурентоспособности продукции: не только на производство и эффективность ведения хозяйства, но и на имидж и конкурентоспособность предприятия в целом.

На уровень качества и конкурентоспособности продукции влияет много разноплановых факторов. Достичь необходимого уровня качества и конкурентоспособности реализуемых на соответствующих рынках товаров можно разными способами, скоординированными во времени и пространстве.

Рыночные условия ведения хозяйства предусматривают активное и широкое использование организационных факторов повышения качества продукции на всех предприятиях. К приоритетным принадлежат: ввод современных форм и методов организации производства и управления им, которые делают возможным эффективное применение высокоточной техники и прогрессивной (бездефектной) технологии; усовершенствование методов технического контроля и развитие массового самоконтроля на всех стадиях изготовления продукции.

Неотложной потребностью является разработка и использование разнообразных форм и методов действенного социально-экономического влияния на весь ряд процессов формирования и обеспечения производства высококачественной и конкурентоспособной продукции. Формами и методами экономического влияния на эти процессы являются, прежде всего, согласованная система прогнозирования и планирования качества продукции, установка приемлемых для продуцентов и потребителей цен на отдельные виды товаров, достаточно мощная мотивация труда всех категорий работников предприятия, а формами влияния социального — всесторонняя активизация человеческого фактора, проведение эффективной кадровой политики, создание надлежащих условий труда и жизнедеятельности.