

**Даниловских Татьяна Евгеньевна**

Danilovskih Tatyana

Владивостокский Государственный Университет Экономики и Сервиса

Vladivostok State University of Economics and Service,

School of International Business and Economics

доцент кафедры «Финансы и налоги»

associate professor of the department «Finance and Taxes»

Канд. экон. Наук / доцент

E-Mail: [tatyana.danilovskih@vvsu.ru](mailto:tatyana.danilovskih@vvsu.ru)

**Ворожбит Ольга Юрьевна**

Vorozhbit Olga

Владивостокский Государственный Университет Экономики и Сервиса

Vladivostok State University of Economics and Service,

School of International Business and Economics

Зав. кафедрой «Финансы и налоги»

head of the department «Finance and Taxes»

Д-р. экон. Наук / доцент

E-Mail: [Olga.Vorozhbit@vvsu.ru](mailto:Olga.Vorozhbit@vvsu.ru)

08.00.00 Экономические науки

## **Разработка функциональной графической модели системы управления конкурентоспособностью рыбной продукции**

### Functional graphical model of fish products competitiveness management system research

**Аннотация:** В статье рассматривается методический подход к формированию функциональной графической модели системы управления конкурентоспособностью рыбной продукции, суть которого заключается в оптимальном распределении функций по управлению конкурентоспособностью рыбной продукции между подразделениями компании и сочетании их с функциями управления в целом.

**The Abstract:** In this article is considered the methodical approach to the functional graphical model of the fish products competitiveness management system research, which essence consists in distribution of fish products competitiveness management function between entity's departments and also in their combination with management function as a whole.

**Ключевые слова:** Конкурентоспособность, рыбная продукция, функции управления, система управления, графическая модель.

**Keywords:** Competitiveness, fish products, management function, management system, graphical model.

\*\*\*

Вступление России в ВТО, а также экономический кризис обусловили необходимость пересмотра представлений о принципах и методах хозяйствования с учетом процессов, происходящих в мировой экономике.

Рыбохозяйственные предпринимательские структуры в настоящее время работают в жестких условиях рынка. В связи с этим на первый план выходят вопросы управления

конкурентоспособностью в этих структурах, как на уровне продукции, так и на уровне предприятия в целом.

Управление конкурентоспособностью выступает в роли инструмента, позволяющего повысить эффективность используемых ресурсов, уровень инновационной активности, качество товаров и услуг, тем самым обеспечить условия не только для устойчивого экономического роста предприятий, но и для повышения уровня жизни населения. Конкурентоспособность рыбохозяйственных предпринимательских структур зависит в первую очередь от системы управления конкурентоспособностью, которая, в свою очередь, формирует предпосылки для развития конкурентных преимуществ предприятий, эффективной внутренней и внешней политики, определяющей преимущества своего конкурентного положения на рынке [2]. Другими словами, под управлением конкурентоспособностью понимают способы нахождения, разработки, поддержания, использования, развития конкурентного преимущества [4, 5].

В настоящее время при управлении конкурентоспособностью продукции рыбохозяйственных предпринимательских структур наиболее приемлем системный подход, с точки зрения которого управление конкурентоспособностью выстраивается как система, предназначенная для воздействия на структурные подразделения организации с целью перевода их в конкурентоспособное состояние посредством развития конкурентных преимуществ этих структурных подразделений [2].

Перечень функций субъекта управления обычно включает в себя разработку организационно-технических мероприятий по повышению и обеспечению конкурентоспособности продукции, нахождение средств и методов достижения поставленных целей, определение программы действий и организационно-распорядительное воздействие на объект управления (принятие управляющих решений).

Управляемая подсистема (объект управления) представляет собой различные структурные подразделения предприятия (производственные подразделения, службы, отделы), ответственные за формирование конкурентоспособности продукции и отдельных ее составляющих, так как именно там осуществляются процессы выполнения заданной программы. Эти подразделения информируют субъект управления о ходе выполнения программы, возникающих отклонениях, их причинах и виновниках. На основании полученной информации орган управления проводит анализ, вносит корректировки, снова дает команды по информационным каналам прямой связи [1].

Схема, представленная на рисунке 1, показывает взаимосвязь между субъектом и объектом управления конкурентоспособностью рыбной продукции, информационные потоки, связывающие два ключевых элемента в системе.

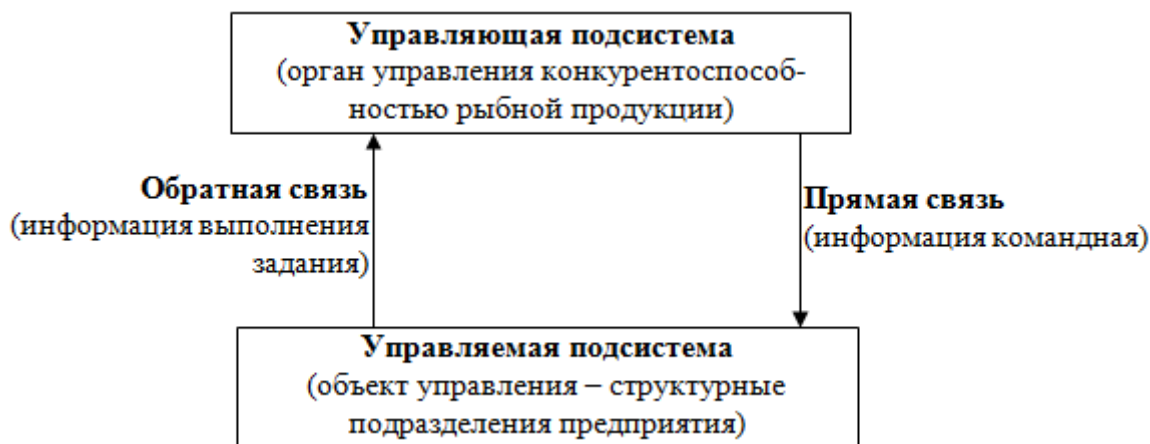


Рис. 1. Система управления конкурентоспособностью рыбной продукции [3]

Основу совершенствования системы управления конкурентоспособностью составляет обоснование принципов управления, уточнение структуры, функций, процессов управления и перестройка экономического механизма управления конкурентоспособностью продукции.

Одним из важнейших моментов при проектировании системы управления или ее усовершенствовании является выявление функций, относящихся к управлению конкурентоспособностью продукции и установление их взаимосвязи с функциями управления производством. Следует отметить, что в рыбной промышленности еще недостаточно исследованы функции управления конкурентоспособностью продукции, что является одной из основных причин неразвитости систем управления конкурентоспособностью продукции.

Эффективность управления конкурентоспособностью предпринимательских структур состоит в качественной оценке конкурентоспособности продукции, а также оценке эффективности выполнения функций менеджмента [2].

Рассматривая управление конкурентоспособностью как экономическую категорию, необходимо отметить, что это, прежде всего, управление экономическими процессами и, соответственно, складывающимися при их осуществлении специфическими экономическими отношениями (рыночными конкурентными отношениями) [6]. Соответственно объектами управления конкурентоспособностью являются конкурентные отношения, а субъектами – равноуровневые органы управления рыбохозяйственными предпринимательскими структурами. Таким образом, под управлением конкурентоспособностью рыбной продукции будем понимать обоснованный и целенаправленный процесс воздействия субъектов управления на конкурентные отношения, обеспечивающий эффективное решение задач формирования, поддержания и развития конкурентных преимуществ [6].

Содержание процесса управления конкурентоспособностью проявляется в реализации следующих функций:

1. Выделение направлений обеспечения конкурентоспособности;
2. Выделение уровней управления конкурентоспособностью;
3. Осуществление каждой сферой управления конкурентоспособностью соответствующих функций, исходя из выбранных видов и методов конкурентной борьбы, в рамках разработанных стратегии и тактики;
4. Формирование системы управления конкурентоспособностью и разработка организационных регламентов функционирования системы управления конкурентоспособностью [6].

В настоящее время существует множество трудностей и недостатков по обеспечению требуемой конкурентоспособности, присущих отечественным предприятиям [7]:

- непонимание многими специалистами необходимости создания эффективных систем управления, основной целью которых должно стать обеспечение надлежащей конкурентоспособности продукции и предприятия;
- недостаточная управленческая и исследовательская подготовка руководителей и менеджеров;
- нежелание руководителей высшего и среднего звена проводить коренные изменения в управлении;
- отсутствие в стратегических планах целей повышения качества, как продаваемого продукта, так и работы с покупателями.
- существование психологического барьера, мешающего отказаться от традиционно сложившихся форм и методов управления;

- недостаточное внимание менеджеров к человеческому фактору и т.д.

В целях обеспечения принципов формирования системы стратегического управления конкурентоспособностью продукции необходимо создание в рамках организационной структуры управления предприятием специализированных подразделений по сбору и анализу информации о внешней и внутренней среде предприятия. Такими подразделениями могут стать – отдел маркетинга, отвечающий за сбор и первичную обработку необходимой информации о внешней среде и конкурентах, а также отдел стратегического управления по оценке конкурентоспособности, анализу условий внешней среды и разработке управленческих решений в направлении повышения уровня конкурентоспособности предприятия [7].

Для создания оптимальной структуры и численности служб управления конкурентоспособностью предприятия и продукции предлагается перераспределить функции между структурными подразделениями организации следующим образом (таблица).

**Таблица**

**Распределение функций управления конкурентоспособностью продукции по подразделениям предпринимательских структур [1]**

Функция управления	Структурное подразделение
Планирование повышения конкурентоспособности продукции	Отдел (менеджер) по управлению конкурентоспособностью продукции, отдел маркетинга, а также плановый, производственный отделы
Организация и координация управления	Руководство предприятия, начальники структурных подразделений, отдел (менеджер) по управлению конкурентоспособностью продукции
Контроль обеспечения повышения конкурентоспособности	Производственный отдел, бухгалтерия, аналитический отдел, отдел маркетинга
Оценка уровня конкурентоспособности продукции	Отдел (менеджер) по управлению конкурентоспособностью продукции, оперативно создаваемые группы
Учет и анализ процессов управления конкурентоспособностью	Бухгалтерия, финансовый отдел, аналитический отдел
Регулирование процессов управления конкурентоспособностью	Руководство предприятия, отдел (менеджер) по управлению конкурентоспособностью продукции, отдел труда и заработной платы, производственный отдел

Необходимо отметить, что организационная структура и количество подразделений в ней зависит в первую очередь от размеров и организационно-правовой формы рыбохозяйственных предпринимательских структур. Так, например, если для крупного рыбодобывающего и перерабатывающего предприятия актуально формирование финансовой службы, плановой и аналитической, с выделением области задач и ответственности для каждой из них, то на малых (небольших) предприятиях (ООО, ИП) подобное «раздувание» штатов нецелесообразно. В небольшой компании функции финансового, планового, аналитического отделов совмещают руководитель компании и его главный бухгалтер, то же самое касается отделов сбыта, договоров, маркетинга и т.п. В последнее время в организационных структурах компаний все чаще фигурируют отделы продаж, которые не только выполняют свои собственно сбытовые функции, но и функции изучения рынка,

стимулирования спроса, позиционирования товара, то есть выполняют задачи отдела маркетинга. В небольшой компании эти функции также могут выполнять один-два человека.

В соответствии с определенными выше функциями управления и скорректированной организационной структурой управления компанией предлагаем следующую функциональную графическую модель системы управления конкурентоспособностью продукции (рисунок 2).

При совершенствовании системы управления конкурентоспособностью продукции использован комплексный подход к управлению, согласно которому система управления конкурентоспособностью продукции должна действовать на всех стадиях жизненного цикла продукта, на всех уровнях управления, как по вертикали – по уровням руководства, так и по горизонтали – по функциям управления конкурентоспособностью продукции. Для обеспечения слаженной работы всех специалистов, объединенных в общую систему управления конкурентоспособностью продукции необходимо четко разграничить их функции, права и обязанности.

Использование комплексного целевого подхода для построения системы управления конкурентоспособностью продукции позволит объединить усилия специалистов различных служб в единую систему и целенаправленно управлять их деятельностью по обеспечению повышения конкурентоспособностью продукции.



Рис. 2. Функциональная графическая модель системы управления конкурентоспособностью рыбной продукции [1]

Исходя из вышеизложенного, полагаем, что конкурентоспособность рыбохозяйственных предпринимательских структур определяется, прежде всего, уровнем менеджмента, его готовностью эффективно использовать потенциал, нести ответственность за результаты реализации стратегии, принимать нестандартные решения в условиях ограниченности ресурсов и информации, что в свою очередь обуславливается грамотным распределением управленческих функций между структурными подразделениями. Система управления конкурентоспособностью рыбохозяйственных предпринимательских структур может быть признана как эффективная, если [2]:

- компания достигает стратегических целей, используя свои конкурентные преимущества;
- растет количество потребителей;
- создаются условия для непрерывного совершенствования процессов;
- результаты деятельности компании имеют тенденцию к улучшению.

Таким образом, представленная на рисунке 2 функционально-графическая модель системы управления конкурентоспособностью рыбной продукции наглядно показывает, во-первых, разграничение функций по управлению конкурентоспособностью между структурными подразделениями, а во-вторых, позволяет выделить направления ее дальнейшего совершенствования.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Ворожбит, О.Ю. Теоретические и методологические основы управления конкурентоспособностью предпринимательских структур в рыбной промышленности: диссертация ... доктора экономических наук: 08.00.05 / О.Ю. Ворожбит. - Владивосток, 2009. - 324 с.
2. Савруков Н.Т., Шамин Е.А. / Совершенствование системы управления конкурентоспособностью в организациях потребительской кооперации // управление экономическими системами: электронный научный журнал . – 2012. - №4. – с.45.
3. Чебунин, П.К. Современные методы управления производственной и инновационной деятельностью: Монография / П.К. Чебунин, П.Т Чмиль, Д.К. Шевченко Д.К. и др. Владивосток: Дальрыбвтуз, 1999. - 157 с.
4. Шилова Е.В., Вахрушева Н.С. / Совершенствование системы управления конкурентоспособностью организации // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2012. – № 15. – с. 79-94.
5. Шилова Е.В., Третьякова Е.А. / Оценка системы управления конкурентоспособностью фармацевтических предприятий // Российское предпринимательство. – 2011. – № 7. – с. 117–122.
6. Верескун М. В. / Формирование системы управления конкурентоспособностью крупных интегрированных промышленных предприятий // Основы экономики, управления и права . – 2012. - №3. – с.55-58.
7. Богданов М.С. / Принципы построения системы стратегического управления конкурентоспособностью розничной торговой сети // Проблемы современной экономики. – 2012. - №2. – с. 400-403.

**Рецензент:** Латкин А.П., директор ИМБЭ, д-р экон. наук, профессор, ВГУЭС.