

УДК 658

Журавльов В.М.

ст. викл. кафедри економіки праці та менеджменту
Кіровоградський національний технічний університет

Взаємозв'язок: рівень товару – тип менеджменту

На різних етапах економічного зростання і розвитку людського суспільства використовувалися різні принципи управління працею, змінювалася управлінська парадигма. Це відбувалося насамперед тому, що змінювалася економіка, технологія виробництва, ступінь її усупільнення, спосіб об'єднання працівників у процесі виробництва, спосіб поєднання засобів виробництва з робочою силою, і, головне, змінювалася сама людина та вимоги до неї, як до учасника трудового процесу.

Для розуміння питання вибору типу менеджменту необхідно з'ясувати, які фактори впливають на цей вибір. Для виробничих підприємств таким головним фактором беззаперечно є товар, який ними виробляється. Відповідно запропонованої в роботі [1] чотирьохрівневої моделі товарів існує можливість встановлення логічних зв'язків між рівнем товару та типом менеджменту, за допомогою якого він розробляється.

Розглянемо взаємозв'язок: рівень товару – тип менеджменту. Аналіз методологічних особливостей кожного з типів менеджменту та характеристик відповідних рівнів товару дозволяє стверджувати, що може існувати і існує взаємозв'язок: рівень товару – тип менеджменту. А саме, розробка конкретного рівня товару потребує відповідного типу менеджменту:

1) Перший рівень товару – “основна вигода або послуга” може бути розробленим за допомогою прийомів традиційного менеджменту (будь-який по якості, оформленню і т.і. товар – “основна вигода або послуга” – розглядається як засіб задоволення потреб без диференціації інших властивостей і обставин такого задоволення потреби). Цей рівень товару розробляється в межах традиційного менеджменту. При цьому менеджмент концентрується на управлінні науково-дослідницькими та конструкторсько-технологічними роботами, які стосуються безпосередньо товару.

2) Другий рівень товару, на якому товар розглядається як система, яка має сукупність складових (властивості, якість, зовнішнє оформлення, марочну назву, упаковку, безпеку), потребує застосування системного менеджменту. Цей рівень товару розробляється за допомогою системного менеджменту. Традиційний менеджмент на цьому рівні не ефективний, тому що не містить в собі методичних елементів, необхідних для дослідження та аналізу товару як системи, яка має перераховані складові. При цьому менеджмент концентрується на управлінні науково-дослідницькими, конструкторсько-технологічними роботами, виробничими процесами, які стосуються безпосередньо товару.

3) Третій рівень товару (поставка і кредитування, монтаж, гарантія, після продажне обслуговування) може бути розроблений із застосуванням ситуаційного менеджменту. Це пов'язано з тим, що третій рівень товару вмістить: поставки і кредитування, монтаж, гарантію, після продажне обслуговування, таким чином відображає ситуацію навкруги товару (в тому числі і конкурентну ситуацію на конкретному ринку, а також ситуацію всередині організаційно-виробничої системи) на конкретний період часу. При цьому менеджмент концентрується на управлінні

науково-дослідницькими, конструкторсько-технологічними роботами, виробничими процесами в області навчання, тренінгу і технічного обслуговування товару; фінансового менеджменту циклу робіт “розробка – виробництво – збут”, а при лізингу товару – і циклу робіт “розробка – виробництво – збут – експлуатація”.

4) Четвертий рівень товару характеризує безпеку і наслідки використання товару, в тому числі і в далекій перспективі, витрати природних ресурсів на виготовлення, експлуатацію і утилізацію товару, можливість збереження природних ресурсів суспільства за рахунок модифікації товару. Розробка цього рівня товару може відбуватися в межах соціально-етичного менеджменту. При цьому менеджмент концентрується на управлінні науково-дослідницькими, конструкторсько-технологічними роботами, фінансовими відношеннями при розробці, виробництві, монтажу, експлуатації, утилізації або модифікації товару.

В наш час конкуренція на ринках розвинутих країн відбувається на третьому рівні товару. Швидке погіршення стану зовнішнього середовища, в якому живе людина, приводить до актуалізації прийняття спеціальних заходів по збереженню цього середовища. Людству необхідно, з метою самозбереження, впроваджувати методики аналізу і використовувати під час оцінки товарів його четвертий рівень – рівень безпеки і екологічних витрат і віддавати перевагу товарам з більш високою оцінкою на цьому рівні.

Список літератури

1. Глущенко В.В., Глущенко И.И. Разработка управленческого решения. Прогнозирование – планирование. Теория проектирования экспериментов./ В.В. Глущенко, И.И. Глущенко – г. Железнодорожный. Моск. обл.: ТОО НПЦ “Крылья”, 1997. – 400с.
2. Ламбен Ж.Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Пер. с англ. Под ред. В.Б. Колчанова – СПб.: Питер, 2004.
3. Цуглевич В.Н. Корпоративный менеджмент в условиях нестабильного рынка / Под общ. ред. Н. П. Тихомирова – М.: Издательство “Экзамен”, 2003. – 320 с.