

УДК 65.018:339.137

ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ПІДПРИЄМСТВА ЗАГАЛОМ

Кузьменко М.М., Богацька Н.М.

Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

В статті досліджено конкурентоспроможність продукції та чинники, що впливають на неї. Розглянуто сутність та основні засади поняття «якість» продукції. Визначено фактори, що впливають на якість продукції. Проведено аналіз впливу якості продукції на конкурентоспроможність продукції та підприємства загалом. Розкрито основні проблеми управління конкурентоспроможністю продукції підприємств.

Ключові слова: якість, якість продукції, конкурентоспроможність продукції, конкурентоспроможність підприємства, забезпечення конкурентоспроможності, вплив якості.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку ринкової економіки якість продукції виступає не лише фактором конкурентоспроможності продукції, вона також є необхідною передумовою ефективного функціонування підприємства. У ринковій економіці проблема якості є найважливішим чинником підвищення економічної, соціальної й екологічної безпеки.

Якість є комплексним поняттям, що описує ефективність усіх сфер діяльності підприємства, а саме: розробка стратегії, організація виробництва, маркетинг тощо. Рівень розвитку підприємства та величина його прибутку залежить, в першу чергу, від якості продукції. Для кожного підприємства принципово важливо постійно підвищувати та удосконалювати рівень якості.

Успіх окремих підприємств на зовнішньому і внутрішньому ринках повністю залежить від того, наскільки їх продукція відповідає стандартам якості. Тому забезпечення і підвищення якості продукції є актуальним для всіх підприємств. Від вирішення цих проблем залежить успіх і ефективність діяльності підприємства і як результат – національної економіки загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми впливу якості на забезпечення конкурентоспроможності продукції та підприємства загалом досліджували багато українських та зарубіжних науковців, серед яких необхідно виділити наступних: Г. Азоев, А. Воронкова, С. Гончаров, Л. Дейнека, О. Дуброва, К. Ісікава, Г. Клейнер, С. Ковальчук, Ю. Койфман, М. Круглов, В. Москалюк, В. Руденко, М. Савченко, Н. Салухіна, О. Язвінська та багато інших.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Дана тема є досить актуальною на даний момент, тому існує багато досліджень цієї теми; але, все ж таки, деякі питання залишаються відкритими, зокрема питання якості як одного з головних чинників формування конкурентоспроможності продукції.

Постановка завдання. Метою дослідження є розгляд та аналіз конкурентоспроможності продукції та якості як одного з його головних важелів, а також їх місце

у формування загальної конкурентоспроможності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Низький рівень конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств є однією із головних причин кризових явищ, які спостерігаються в економічному житті країни [1, с. 599].

Конкурентоспроможність продукції – це здатність продукції відповідати вимогам конкурентного ринку, запитам покупців порівняно з іншими аналогічними товарами, представленими на ринку.

Конкурентоспроможність товарів закладається ще на стадії проектування. У процесі виробництва матеріалізуються найважливіші (визначальні) елементи конкурентоспроможності виробів: якість і витрати. Визначення рівня конкурентоспроможності продукції є необхідною передумовою для її продажу (реалізації) на відповідному ринку. Визначаючи конкурентоспроможність товару, виробник продукції має обов'язково знати вимоги потенційних покупців та оцінки споживачів. Тому формування конкурентоспроможності продукції починається з визначення суттєвих споживчих властивостей (потреб покупців), за якими оцінюється принципова можливість реалізувати продукцію на відповідному ринку, де покупці постійно будуть порівнювати її характеристики з товарами конкурентів



Рис. 1. Чинники забезпечення конкурентоспроможності продукції

стосовно міри задоволення конкретних потреб і цін реалізації [2, с. 159].

Конкурентоспроможність продукції досягається за допомогою різних чинників, як представлені на рис. 1.

Головними чинниками забезпечення продукції конкурентоспроможністю є сам продукт та ціна. В даному дослідженні буде описуватись такий чинник як продукт, тобто його якість.

Якість – це сукупність властивостей продукції, що характеризують її призначення, особливості, корисність (здатність задовольняти конкретні потреби споживачів). Вона залежить від рівня розвитку науки й техніки, прогресивності виробництва, кваліфікації кадрів і може бути визначена показниками якості самої продукції, якості її виготовлення, експлуатації та супровідних послуг [3, с. 116].

На сучасному етапі якість продукції – це поняття, яке характеризує параметричні, експлуатаційні, споживчі, технологічні, дизайнерські властивості виробу, рівень його стандартизації та уніфікації, надійність і довговічність. Як економічна категорія якість відбиває сукупність властивостей продукції, що зумовлюють міру її придатності задовольняти потреби людини [4].

Категорія якості продукції є однією з найскладніших серед тих, з якими доводиться мати справу фахівцям у сфері виробництва. Вона є критерієм вибору сировини, напівфабрикатів, інших предметів для задоволення виробничих потреб, а також важливим чинником планування виробництва і оцінювання його результатів, визначення його складності і ефективності, організації праці, створення нових виробів. До категорії якості звертаються й тоді, коли виникає необхідність розібратися зі складом і характером властивостей продукції, що створюється чи виготовляється.

Тому, очевидним є те, що якість продукції – надзвичайно різноманітна за своєю суттю категорія, і фахівці з нею мають справу щоденно як у виробничій сфері, так і в особистому житті.

Якість продукції (робіт, послуг) визначається такими поняттями, як «характеристика», «властивість» і «якість». Характеристика – це взаємозв'язок залежних і незалежних змінних, виражених у вигляді тексту, таблиці, математичної формули, графіка. Описується, як правило, функціонально. Властивість продукції є об'єктивною особливістю продукції, яка може виявлятися у процесі її створення, експлуатації або споживання. Якість продукції формується на всіх етапах її життєвого циклу. Властивість продукції виражається показниками якості, тобто кількісними характеристиками одного або декількох властивостей продукції, які є складовими якості і розглядаються стосовно певних умов її створення й експлуатації або споживання [5, с. 87].

Поняття якості включає цілий комплекс характеристик продукції:

- доступність;
- правильне постачання;
- техніко-економічні характеристики;
- зручний та правильний дизайн;
- надійність;
- ефективність споживання і експлуатації;
- ремонтпридатність;

• ступінь екологічності, тощо.

Цих характеристик продукція набуває на всьому протязі його виробництва, реалізації і споживання чи експлуатації.

Продукція, котра набуває всіх вище перерахованих характеристик є якісною, може конкурувати на ринку та завоювати певний сегмент споживачів, що для підприємства буде ефективним результатом його діяльності.

Завдяки якісній продукції підприємство може не тільки завоювати нових покупців, а й втримати теперішніх, що є не мало важливим фактором.

Виробляючи якісну продукцію підприємство не тільки дотримується усіх державних стандартів, але й орієнтоване на свідомого споживача, який при виборі продукції зважає, передусім, на її якість.

На якість продукції впливають внутрішні та зовнішні фактори як окремо, так і у їх складному взаємозв'язку. На різних стадіях життєвого циклу продукції інтенсивність і набір факторів впливу будуть різними.

Основними внутрішніми чинниками, що впливають на рівень якості продукції є [6]:

- виробничо-технологічні (рівень прогресивності техніки та технологій, використання нових матеріалів, якість використовуваної сировини та ін.);
- соціально-психологічні (забезпечення нормальних умов праці персоналу, формування сприятливого клімату в колективі, моральне стимулювання та заохочення працівників та ін.);
- економічні (витрати на випуск та реалізацію високоякісної продукції, політика ціноутворення, економічне стимулювання працівників та ін.);
- організаційні (рівень організації праці та виробничого процесу на підприємстві, ефективність системи управління якістю продукції, сертифікація продукції, забезпечення належного кваліфікаційного рівня персоналу та ін.).

Основними зовнішніми факторами впливу на якість продукції підприємства є [6]:

- рівень конкуренції на ринку;
- вимоги споживачів;
- необхідність завоювання певної позиції на ринку та формування позитивного іміджу підприємства;
- вимоги щодо стандартизації та сертифікації продукції певного виду тощо.

Існують показники якості, котрі в залежності від властивостей поділяються на:

- 1) Одиничні – характеризують окремі властивості продукції (показники призначення; показники надійності; показники довговічності; показники технологічності; ергономічні показники; естетичні показники; показники стандартизації та уніфікації);
- 2) Комплексні – вимірюється група властивостей продукції (згідно цих показників продукцію поділяють на сорти, марки, класи);
- 3) Узагальнюючі – характеризують якість усієї сукупності продукції (коефіцієнт оновлення асортименту; частка сертифікованої продукції).

У сучасних умовах підприємство може забезпечити конкурентоспроможність продукції, якщо якість його товарів співпадає або перевищує очікування споживачів. Також слід враховувати, що сьогодні утримання існуючих покупців більш пріоритетне завдання, ніж залучення но-

вих. Тому комерційні служби підприємства повинні постійно контролювати рівень задоволення споживачів, прогнозувати та попереджати можливі втрати постійних клієнтів, звертаючи особливу увагу на вік споживачів та їх доходи. Слід враховувати, що «відтік» покупців на споживчому ринку відбувається під впливом негативного враження, одержаного від попередніх покупок, а також під дією ефекту «антиреклами».

Кращим способом досягнення цієї мети є створення та впровадження ефективної системи управління якістю продукції на підприємствах. Дана система масово й ефективно функціонує в розвинених країнах при невеликих матеріальних витратах, дає значний результат для підприємства, акумулюючи його зусилля на подальшому розвитку. Створення системи управління якістю, яка в першу чергу орієнтована на задоволення потреб споживачів, у наш час є необхідним кроком для тих підприємств, які поставили перед собою завдання вийти на світові ринки і встановити довгострокові відносини із закордонними партнерами. Для багатьох українських підприємств створення системи управління якістю асоціюється з її сертифікацією за вимогами міжнародних стандартів [7, с. 18–19].

Саме тому, одним з найбільш дієвих інструментів системи управління якістю є стандартизація та сертифікація продукції.

Кожний вид продукції, яке те чи інше підприємство хоче вигідно продати на внутрішньому чи світовому ринках, має бути сертифікованим, тобто мати документ, що засвідчує високий рівень його якості, відповідність вимогам міжнародних стандартів ISO серії 9000.

Слід зауважити, що сертифікація на мікрорівні дає змогу підтвердити якість виготовленої продукції перед споживачами та підвищити її конкурентоспроможність, а на макрорівні – сприяє захисту вітчизняних виробників та запобігає проникненню на внутрішній ринок небезпечної продукції, у тому числі низької якості [8, с. 198].

Стандартизація створює сприятливі умови для торгівлі за рахунок єдиних підходів до якості продукції, її взаємозамінності, технічної сумісності, безпеки й охорони навколишнього середовища, що пов'язано з розробкою міжнародних стандартів. Стандартизація супроводжує продукт протягом життєвого циклу і є нетарифною формою регулювання торгівлі [9].

Вітчизняні підприємства намагаються усіляко дотримуватись стандартів, не зважаючи на труднощі, управляючи якістю продукції самостійно та за допомоги держави.

Враховуючи увесь власний та зарубіжний досвід, для вітчизняних підприємств основними шляхами підвищення якості продукції виступають:

1) використання досягнень науки та техніки в процесі проектування виробів;

2) запровадження новітньої технології виробництва і суворе дотримання технологічної дисципліни;

3) забезпечення належної технічної оснащеності виробництва;

4) удосконалення застосовуваних стандартів і технічних умов;

5) поліпшення стандартизації як головного інструменту фіксації та забезпечення заданого рівня якості, адже саме стандарти й технічні умови відображують сучасні вимоги споживачів до технічного рівня;

6) збільшення випуску сертифікованої продукції, покращення окремих показників якості продукції, що випускається на підприємстві;

7) запровадження сучасних форм та методів організації виробництва та управління;

8) удосконалення методів контролю й розвитку масового самоконтролю на всіх стадіях виготовлення продукції;

9) покращення заходів щодо застосування угодженої системи прогнозування та планування необхідного рівня якості виробів [10].

Висновки і пропозиції. На рівень якості й конкурентоспроможності продукції впливає багато різнопланових чинників. Досягти необхідного рівня якості й конкурентоспроможності товарів, що реалізуються на відповідних ринках можна різними способами, скоординованими в часі і просторі.

Отже, якість є визначальним фактором конкурентоспроможності продукції. Конкурентоспроможність продукції, у свою чергу, дозволяє підприємству мати перевагу над іншими виробниками. Конкурентна продукція дозволить підприємству виходити на нові ринки збуту та отримувати максимальні прибутки, що є першочерговою метою всієї підприємницької діяльності. Саме якісна продукція є фундаментом конкурентоспроможності підприємства загалом.

Тому, вирішення проблеми підвищення якості продукції є ключовим чинником забезпечення її конкурентоспроможності, що дозволяє підприємству:

– забезпечити високий його імідж серед покупців;

– вихід не тільки на внутрішній, а й на зовнішній ринок;

– одержання максимального прибутку;

– забезпечення стійкого фінансового становища.

Список літератури:

1. Богацька Н. М. Сучасні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства / Н. М. Богацька, Л. Р. Цинкобур // Молодий вчений. – 2017. – № 4. – С. 599–603.
2. Ткаченко А. Конкурентоспроможність продукції як інструмент ефективного управління / А. Ткаченко, П. Гончарук // Вісник економічної науки України. – 2012. – № 2. – С. 159–161.
3. Конащук В. Л. Вплив якості продукції на конкурентоспроможність [Електронний ресурс] / В. Л. Конащук, Д. Г. Робота. – Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_8_115.pdf
4. Ткачук Л. М. Якість продукції: методологічні та прикладні аспекти / Л. М. Ткачук, Т. К. Калугаряну // Ефективна економіка. – 2013. – № 5.
5. Надобних О. О. Якість продукції як один з найважливіших критеріїв підвищення конкурентоспроможності підприємства / О. О. Надобних, Н. М. Богацька // Молодий вчений. – 2014. – № 11. – С. 86–89.
6. Причепка І. В. Управління якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємства [Електронний ресурс] / І. В. Причепка, Г. І. Лисаченко // Матеріали XLV Науково-технічної конференції ВНТУ, Вінниця,

- 23–24 березня 2016. – Режим доступу: <http://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2016/paper/view/497>
7. Кошонько О. В. Проблеми оцінки та сертифікації систем управління якістю промислових підприємств // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 1. – С. 18–23.
 8. Зайцева Л. Якість продукції – необхідна передумова конкурентоспроможності підприємства / Л. Зайцева // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 9. – С. 196–200.
 9. Левкулич В. В. Зовнішні та внутрішні фактори впливу на забезпечення та покращення якості продукції / В. В. Левкулич // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2012. – № 2(36). – С. 187–193.
 10. Хращевська С. Шляхи підвищення якості продукції на підприємстві [Електронний ресурс] / С. Хращевська // Формування та розвиток економіки в сучасних умовах господарювання. – Режим доступу: <http://www.wp.viem.edu.ua/konf5/art.php?id=0418>

Кузьменко М.М., Богацкая Н.Н.

Винницький торгово-економічний інститут
Київського національного торгово-економічного університета

КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ И ПРЕДПРИЯТИЯ В ОБЩЕМ

Аннотация

В статье исследована конкурентоспособность продукции и факторы, влияющие на нее. Рассмотрены сущность и основные принципы понятия «качество» продукции. Определены факторы, влияющие на качество продукции. Проведен анализ влияния качества продукции на конкурентоспособность продукции и предприятия в целом. Раскрыты основные проблемы управления конкурентоспособностью продукции предприятий.

Ключевые слова: качество, качество продукции, конкурентоспособность продукции, конкурентоспособность предприятия, обеспечение конкурентоспособности, влияние качества.

Kuzmenko M.M., Bogatska N.M.

Vinnitsia Institute of Trade and Economics
Kyiv National University of Trade and Economics

QUALITY OF PRODUCT AS FACTOR OF COMPETITIVENESS OF PRODUCTS AND ENTERPRISE IN THE GENERAL

Summary

The article examines the competitiveness of products and factors influencing it. The essence and basic principles of the concept of «quality» of products are considered. The factors influencing the quality of products are determined. The analysis of influence of product quality on the competitiveness of products and enterprises in general. The main problems of managing the competitiveness of enterprise production are revealed.

Keywords: quality, product quality, product competitiveness, enterprise competitiveness, ensuring competitiveness, impact of quality.