

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У даній роботі було розкрито особливості взаємозв'язку якості і конкурентоспроможності як характеристик продукції, що визначають його конкурентні переваги на ринку.

Ключові слова: *якість продукції, конкурентоспроможність продукції, система управління якістю та конкурентоспроможністю продукції.*

Abstract:

This paper features and intercommunication of quality and competitiveness were exposed as descriptions of products, which determine competitive edges at the market .

Keywords: *quality of products, competitiveness of products, control system by quality and competitiveness of products.*

Вступ

У сучасних умовах коли існування будь-якого підприємства та його стійке положення на ринку визначається рівнем конкурентоспроможності ставляться принципово нові вимоги, щодо якості продукції, яка випускається . Це пов'язано з тим , що на конкурентоспроможність впливає декілька десятків факторів серед яких виділяють два основних - рівень ціни та якість продукції. Управління якістю - це одна із головних функцій менеджменту вона являється основним засобом досягнення і підтримки конкурентоспроможності будь-якої фірми.

З кожним роком усе складніше доводиться підприємствам проводити боротьбу за своє існування і визнання серед споживачів. Для розвитку фірм і їх виживання в сучасних умовах необхідно пристосовуватися до мінливих умов навколишнього середовища. Підвищення якості продукції є одним із найвпливовіших чинників зростання ефективності виробництва продукції. Якість продукції – це головна умова існування і ключ до успіху на ринку в сучасних умовах конкуренції.

Мета статті полягає в розкритті особливостей взаємозв'язку конкурентоспроможності та якості продукції.

Результати дослідження

Дослідження проблеми якості та конкурентоспроможності продукції має широкий діапазон. Теоретичним надбанням є наукові праці вчених-економістів: А. Сміта [1], Д. Рікардо [2] та інших. В Україні вивчення проблеми підвищення якості та конкурентоспроможності продукції також актуальне, йому приділяли увагу такі вчені- економісти як Л.Балабанова [3], І. Должанський [4] та інші. Однак, і на сьогодні, взаємозв'язок якості та конкурентоспроможності продукції не отримали ще всебічного теоретичного обґрунтування.

Загалом поняття «якість» базується на кількох різних точках зору [5], за допомогою них можна відобразити всю багатоаспектність цього поняття.

1. З точки зору об'єктивної оцінки властивостей продукту якість може бути точно виміряна. Відмінності в якості можуть бути кількісно відображені за допомогою певних характеристик продукту [5].

2. З точки зору покупця якість продукту визначається більшою мірою суб'єктивною оцінкою споживача і в меншій мірі – характеристиками самого продукту. Окремі покупці мають різні потреби, причому ті товари, які задовольняють ці потреби найкращим чином, розглядаються як володіють найвищою якістю [6].

3. З точки зору виробничого процесу якість – це дотримання специфікацій, і кожне відхилення від них веде до зниження якості. Найвища якість передбачає добре виконану роботу, результат якої повністю відповідає поставленим вимогам [5].

4. З точки зору співвідношення ціни та корисності якість виражається за допомогою витрат і цін. Якісний продукт виконує певну функцію за прийнятною ціною [6].

Змістовно категорії якості і конкурентоспроможності товарів є дуже взаємопов'язаними.

1)якість і конкурентоспроможність - це характеристики товару, які разом забезпечують його затребуваність з боку споживачів. Якість товару — це сукупність властивостей, які зумовлюють її здатність задовольняти потреби споживачів відповідно до їх призначення. У міжнародному стандарті ISO 8420 якість визначено, як сукупність характеристик об'єкта, що належать до його здатності задовольняти встановлені і передбачувані потреби [7]. Як влучно зазначає Г. Строкович: «Якість — це те, що говорить споживач, а не виробник» [8].

2) саме якість являється необхідною умовою конкурентоспроможності продукції та його виробника на ринку. Як відомо ціну попиту складає гранична корисність продукції, саме вона, взаємодіючи із ціною пропозиції, встановлює ринкову ціну продукції. Отже, від оцінки покупцем якості продукції залежить попит на нього, рівень якого є показником конкурентоспроможності його виробника.

3)якість - це ознака конкурентоспроможності продукції, вона визначається сукупністю властивостей, що цікавлять покупця і забезпечують задоволення його потреб. Т. Білоног справедливо вважає якість складовою конкурентоспроможності продукції: «Конкурентоспроможність продукції складається з багатьох факторів: соціальний аспект задоволення попиту, якість, задоволення попиту, асортимент, отримання прибутку торговими підприємствами, після продажна обслуговування тощо» [9].

4)підвищення якості товару - чинник зростання конкурентоспроможності товару. Як виділяє А. Панна: «Підвищення якості — одна із форм конкурентної боротьби, завоювання і втримання позицій на ринку» [10]. Отже ,чим вище якість продукції, тим привабливіший він для покупця, тим більше споживачів віддають йому свою перевагу, порівнюючи з іншою продукцією, яка пропонується на ринку.

Отже, якість і конкурентоспроможність є взаємопов'язаними властивостями продукції. Але слід зауважити, що з одного боку, для покупця якість є обов'язковою, але безсилою характеристикою щодо прийняття рішення про купівлю продукції. Відомо багато прикладів, коли продукція отримала високі оцінки експертів, але вона залишалася нецікавою для покупців. На прийняття їх рішення про придбання впливає не тільки якість товару, але і його ціна та інші показники. З іншого боку, при незмінних якісних характеристиках продукції його конкурентоспроможність може змінюватися, реагуючи на фактори зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. Якість продукції складається ще у сфері визначення потреб покупців товару підприємства, на стадіях проектування та виробництва і виявляється при споживанні. «Конкурентоспроможність продукції створюється у рамках функціонування певних процесів: дослідження, розробки, виготовлення і споживання» [12]. Але, у загальному підсумку, і якість, і конкурентоспроможність продукції як взаємопов'язані властивості визначаються ринком. Аналіз взаємозв'язку якості і конкурентоспроможності продукції дає підстави для висновку, що необхідно враховувати цей взаємозв'язок при формуванні конкурентної стратегії і тактики підприємств, а також створити на підприємстві єдину систему управління якістю і конкурентоспроможністю продукції.

Висновки

Отже, дослідження, яке було проведено засвідчило, що якість і конкурентоспроможність є взаємопов'язаними характеристиками товару і в сукупності вони визначають конкурентні переваги її виробника на ринку. Підвищення їх рівня буде підтримувати єдина комплексна система управління якістю і конкурентоспроможністю товару. Впровадження комплексної системи управління якістю і конкурентоспроможністю продукції на українських підприємствах дасть змогу добре адаптуватися до викликів та вимог сучасного ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Исследование о природе и причинах богатства народов. Книга IV : [підручник] / А. Смит. – М.: ЭКСМО, 2007. – 960 с.

2.Классика экономической мысли: Сочинения : [підручник] / У. Петти, А. Смит, Д., Рикардо. – М. : Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2000. – 896 с.

3.Маркетинг : [підручник] / За заг. Ред. д-рф екон. наук, проф. Л.В. Балабанова. – К. : Знання-Прес, 2004. — 645 с.

4.Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства : [навчальний посібник] / Должанський І. З. – К. : Центр навчальної літератури, 2008. – 384 с.

5. Басовский А. С. Управление качеством : [навчальний посібник] / Басовский А. С. Протасев В. Б. – М. : Инфра, 2004. – 178 с
6. Колесник О.О. Теоретичні основи управління якістю продукції : [навчальний посібник] / Колесник О. О. – М. : Аспект Пресс, 2007. – 450 с.
7. Строкович Г. В. Методологічні та методичні основи стратегічного управління якістю функціонування підприємств : монографія / Г. В. Строкович. – Х. : Вид-во НУА, 2013. – 396 с. 4.
8. Строкович Г. В. Якість функціонування підприємства: внутрішні та зовнішні аспекти : монографія / Г. В. Строкович. – Х. : Вид-во НУА, 2010. – 212 с
9. Білоног Т. В. Цільовий підхід до управління конкурентоспроможністю продукції промислового підприємства [Електронний ресурс] / Т. В. Білоног. – Режим доступу: http://trpe.econom.univ.kiev.ua/data/2011_24/Zb24_45.pdf.
10. Панна А. О. Якість продукції як економічна категорія та об'єктивна необхідність її підвищення [Електронний ресурс] / А. О. Панна. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=26448>.
11. Основні вимоги законодавства ЄС до безпеки та якості товарів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukraine-eu.mfa.gov.ua/ua/Ukraine++EU+exportimport+helpdesk+/Non-tariff+regulation>.
12. Шемет Я. В. Сучасні підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства [Електронний ресурс] / Я. В. Шемет, С. О. Тульчинська. – Режим доступу: <http://probleconomu.kpi.ua/pdf/2013-32.pdf>

Заремба Оксана Володимирівна – студентка групи МОф-156, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця. Електронна адреса : mof15zaremba@gmail.com

Науковий керівник : **Руда Лілія Петрівна** – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Oksana Zaremba – student , faculty of management and informational security, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa.

Scientific supervisor: **Ruda Lillia Petrivna** - PhD, Assistant Professor of the Department of the Business Economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia