

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглянуто проблеми підвищення якості та конкурентоспроможності продукції вітчизняних товаровиробників за сучасних умов. Проаналізовано зовнішні та внутрішні фактори формування якості продукції. Визначено основні напрями підвищення якості продукції та забезпечення її конкурентоспроможності вітчизняними підприємствами за сучасних умов господарювання.

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

Abstract

In the article the problems of upgrading and competitiveness of products of domestic producers are considered in modern conditions. The external and internal factors of forming of quality of products are considered. Basic directions of upgrading of products and providing of her competitiveness domestic enterprises are certain at the modern terms of ménage.

Keywords: competitiveness, quality, management system competitiveness of the production, system of quality control.

Вступ

Посилення глобалізаційних та євроінтеграційних перетворень, загострення конкурентної боротьби на всіх рівнях господарювання, швидкий розвиток НТП вимагають від вітчизняних підприємств пошуку перспективних напрямків формування їх конкурентоспроможного потенціалу.

Проблема підвищення конкурентоспроможності є вирішальною при забезпеченні виживання та прибутковості підприємства в ринкових умовах господарювання. Найперспективнішим шляхом підвищення якості продукції та забезпечення належного рівня конкурентоспроможності є управління ними. Управління якістю та конкурентоспроможністю є одним із найважливіших напрямків загального управління підприємством, яке визначає політику, цілі та відповідальність у цих сферах. На підприємствах поряд з системою якості необхідно впроваджувати системи, які взаємодіють і доповнюють її, забезпечують якість і конкурентоспроможність при оптимальних витратах і, як наслідок, прибуток виробнику та конкурентоспроможну ціну якісних виробів [1].

У працях як вітчизняних, так і закордонних фахівців значна увага приділяється проблемам управління якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємств. Варто відмітити роботи таких науковців, як Г. Азоев, Д. Барабась, А. Воронкова, О. Дуброва, Л. Закревська, В. Карпюк, С. Клименко, Ф. Котлер, Т. Омеляненко, М. Портер, Р. Фатхудинов, І. Хмеленко та ін.

Незважаючи на значну увагу фахівців до проблем забезпечення якості та конкурентоспроможності продукції, особливої актуальності ці питання набувають за сучасних умов поглиблення євроінтеграційних процесів, які характеризуються жорсткою конкурентною боротьбою та вимагають пошуку напрямів підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних товаровиробників. В основі конкурентоспроможності продукції лежить рівень її якості, що визначає перспективні напрями розвитку підприємства, рівень переваг над конкурентами та окреслює перспективи для виходу на європейські та світові ринки.

Результати дослідження

Конкуренція є досить складним явищем, що може проявлятися в різних формах і здійснюватися з використанням різних методів. За умов поглиблення глобалізаційних та інтеграційних процесів значно посилилась конкуренція на всіх рівнях господарювання, що вимагає посиленої уваги до питань конкурентоспроможності продукції вітчизняних товаровиробників на національних та світових ринках.

Незважаючи на потужний експортний потенціал України за окремими економічними напрямками господарювання, конкурентоспроможність вітчизняної продукції на світових ринках залишається переважно на низькому рівні. Проблема конкурентоспроможності є досить важливою як на загальнонаціональному рівні, так і на рівні окремо взятого господарюючого суб'єкта.

Входження України у світовий торговий простір і посилення конкуренції з боку зарубіжних виробників та імпортерів, нестабільна економічна та фінансово-кредитна політика держави, зміни в соціально-демографічному складі населення, поява та розвиток нових технологій, створення нових продуктів та скорочення життєвого циклу існуючих товарів – ці чинники несуть у собі як потенційні можливості, так і значні загрози для існування українських підприємств. За таких умов важливо вчасно помітити зміни, які впливають на діяльність підприємств, ідентифікувати тенденції їхнього розвитку, визначити та реалізувати відповідні заходи, спрямовані на ліквідацію або зменшення негативних наслідків та використання сприятливих нагод, тобто не пасивна реакція на зміни, а активна превентивна діяльність підприємства має бути основою пристосування до конкурентного середовища [2].

Мінливе внутрішнє та зовнішнє середовище господарювання ставить перед підприємствами завдання щодо швидкого пристосування до змін, своєчасність відповідної реакції (пасивна або превентивна) буде визначатись ефективністю сформованої системи управління конкурентоспроможністю підприємства.

Забезпечення конкурентоспроможності – це філософія управління всією системою в умовах ринкових відносин, що повинна бути орієнтованою на вирішення наступних задач [3]:

- дослідження потреб споживачів та їх розвиток;
- оцінку поведінки та можливостей;
- дослідження розвитку ринку;
- дослідження середовища;
- виготовлення товару, що перевершував би товар конкурента.

Під управлінням конкурентоспроможністю продукції слід розуміти процес планування та забезпечення необхідного рівня підвищення конкурентоспроможності продукції за допомогою цілеспрямованого впливу на умови і чинники, що її формують. При цьому конкурентоспроможність продукції забезпечується в рамках функціонування певних процесів: дослідження, розробки, виготовлення і споживання. Управління конкурентоспроможністю повинно бути рейтинговим, тобто таким, яке при прийнятті управлінських рішень щодо забезпечення конкурентоспроможності орієнтується на основний результат – рейтинг та порівнює його з необхідними витратами для досягнення ефективності [4].

Значене місце в системі забезпечення конкурентоспроможності продукції займає саме її якість. Варто зауважити, що на сучасних ринках прослідковується тенденція до зростання ролі нецінових показників забезпечення конкурентоспроможності продукції (конкуренція за продуктами та за умовами продажу), серед яких особливе місце посідає якість продукції. Високий рівень якості продукції – це конкурентна перевага вищого рівня, що забезпечує підприємству стійкість на ринку на тривалу перспективу. Підвищуючи якість продукції, товаровиробник випереджає найближчих конкурентів в довгостроковій перспективі, оскільки останнім знадобиться тривалий час і значні капіталовкладення в оновлення технологій і налагодження нового виробництва.

Показник якості поступово займає пріоритетну позицію серед факторів забезпечення конкурентоспроможності продукції. Якість визначається рівнем задоволення споживача або користувача, чим окреслюється соціально-економічна та суспільна значимість її підвищення.

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 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.) та 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 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.

Зростаючі ринки висувають нові підвищені вимоги до якості продукції, що вимагають врахування змін і тенденцій у світовому економічному просторі. Швидкий розвиток НТП та зростання ролі знань вимагають втілення інноваційних рішень у виробничі, організаційні, управлінські та збутові процеси на підприємстві. Впровадження інновацій дозволяє підприємствам підвищити якість продукції, збільшити продуктивність праці, зменшити свої витрати, за рахунок чого підвищується їх конкурентоспроможність на ринках.

В забезпеченні якості продукції вагоме місце посідає її стандартизація та сертифікація, що є важливою складовою нормативного забезпечення управління якістю та конкурентоспроможністю продукції. В економічно розвинутих країнах підвищення рівня виробництва, поліпшення якості продукції та зростання рівня життя населення тісно пов'язані з широким використанням стандартизації, що розглядається як один із методів ведення конкурентної боротьби. Важливим фактором забезпечення якості продукції є ефективність системи внутрішньо-технічного контролю якості продукції, що є дієвим інструментом в системі управління якістю та забезпечення відповідності планових завдань і фактичних результатів.

Як показують дослідження, рівень конкурентоспроможності та якості продукції є комплексними показниками, які знаходяться під впливом широкого кола чинників. Тому при плануванні діяльності та формуванні системи управління якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємства важливо ретельно аналізувати ці фактори, приймаючи виважені рішення щодо вибору дієвих інструментів для ефективного управління ними.

Крім того, аналіз чинників конкурентоспроможності дає змогу зробити висновки не лише щодо конкурентоспроможності власної продукції, але й щодо продукції підприємств-конкурентів. З метою охоплення максимальної кількості факторів конкурентоспроможності та комплексної оцінки їх класифікацію необхідно підпорядкувати принципам системного аналізу. Така класифікація буде відображати вид та ступінь впливу факторів конкурентоспроможності, що в подальшому дасть змогу розробити алгоритм прийняття рішень щодо управління конкурентоспроможністю продукції підприємства [5].

Висновки

Підвищення якості та конкурентоспроможності продукції завжди були одними з пріоритетних завдань підприємств. Особливо гостро це питання постає за ринкових умов господарювання. Значну роль в забезпеченні конкурентоспроможності продукції підприємства відіграє якість його продукції, а відповідно, і система управління ними. Управління конкурентоспроможністю продукції підприємства це, по суті, цілеспрямований вплив на різні чинники, умови, джерела конкурентоспроможності з метою досягнення стійких конкурентних переваг на ринку. Управління повинно бути рейтинговим, тобто таким, яке орієнтоване на результат – рейтинг продукції на ринку, який враховує її конкурентоспроможність і соціально-економічну ефективність для споживача.

Основними напрямками підвищення якості продукції вітчизняними товаровиробниками та забезпечення її конкурентоспроможності за сучасних умов господарювання варто виокремити:

1. Проведення гнучкої та активної превентивної політики реагування на зміни конкурентного середовища господарювання, що дозволяє вчасно та швидко розробити та реалізувати відповідні заходи, використати позитивні можливості на ринку для подальшого розвитку.

2. Використання досягнень науки та техніки у виробничих, організаційних, збутових, управлінських та інших процесах на підприємстві, що дозволяє підвищити якість продукції, продуктивність праці та зменшити витрати підприємства на якісній основі.

3. Постійний і систематичний аналіз ринку та потреб споживачів з метою своєчасного реагування на нові вимоги; задоволення нових потреб ринку.

4. Формування та впровадження дієвої системи управління якістю та конкурентоспроможністю продукції, важливими інструментами якої має стати відповідний рівень системи внутрішньо-технічного контролю на підприємстві.

5. Використання дієвих інструментів стратегічного управління якістю продукції, що дозволяє сформувати конкурентні переваги підприємства на тривалу перспективу.

6. Ефективне використання потенціалу працівників підприємства через формування ефективної системи стимулювання та підготовки персоналу, підвищення їх кваліфікації.

Вимогою сьогодення до формування ефективної системи управління якістю та конкурентоспроможністю є гнучкість та адаптивність, стратегічність та інноваційна спрямованість, комплексність та системність в прийнятті управлінських рішень. Врахування цих принципів дозволить підприємствам розвиватись та конкурувати на ринку за сучасних умов [6].

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закревська Л. М. Концепція сучасного управління конкурентоспроможністю продукції підприємства [Електронний ресурс] / Л. М. Закревська. – Режим доступу : <http://enufir.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/13166/1/21a.pdf>.
2. Сметанюк О. А. До проблеми оцінювання ефективності пристосування вітчизняних підприємств до змін бізнес-середовища / О. А. Сметанюк, О. П. Сочівець // Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – Чернівці : Книги -XXI, 2008. – Вип. II. Економічні науки, С.163–171.
3. Карпюк В. П. Управління конкурентоспроможністю продукції [Електронний ресурс] / В. П. Карпюк. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/PORTAL/Soc_gum/Vzhdtu_econ/2009_4/46.pdf.
4. Клименко С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / С. М. Клименко, О. С. Дуброва, Д. О. Барабась, Т. В. Омеляненко. – К. : КНЕУ, 2006. – 527 с.
5. Адлер О. А. Системний аналіз факторів конкурентоспроможності продукції промислового підприємства в ринкових умовах / О. А. Адлер, І. В. Охріменко // Тенденції управління фінансовими та інноваційними процесами в умовах ринкових перетворень: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Вінниця : ВНТУ, 2012. – С. 257–258.
6. Лесько О. Й. Напрямки підвищення ефективності менеджменту підприємства за сучасних умов / О. Й. Лесько, І. В. Причепя, Н. О. Кот // Економічний простір. – 2015. – № 97. – С. 213–221.

Причепя Ірина Валеріївна – к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Лисаченко Ганна Іванівна – студентка групи МOn-12 факультету менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця; anuta-shulo123@mail.ru.

Prychepa Iryna V. – Cand. Sc. (Econ.), Assistant Professor, Assistant Professor of the Chair of Economics Enterprise and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Lysachenko Anna I. – faculty of management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia; anuta-shulo123@mail.ru.