

І.О. Шумович, магістрант, гр. ЕПМ-12, ФЕМ
Науковий керівник - к.е.н., доц. Г.Ю. Ткачук
Житомирський державний технологічний університет

ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК КЛЮЧОВИЙ ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Наразі якість, конкурентоспроможність, безпечність та екологічність продукції є основним чинником виживання кожного вітчизняного підприємства, окремої галузі та економіки України в цілому. Варто зазначити, якість є не лише атрибутом лідерства і прогресу, але й чи не єдиним шансом виходу нашої країни з економічної кризи. Справедливість такого погляду підтверджується досвідом багатьох вітчизняних та іноземних підприємств, і, навіть цілих держав. Зважаючи на останні економічні, політичні та соціальні події, які відбуваються в Україні актуальним постає питання винайдення нових шляхів для підвищення конкурентоспроможності підприємств, в першу чергу, за рахунок покращення якості продукції.

Вагомий внесок у дослідження якості та конкурентоспроможності підприємства зробили українські та зарубіжні вчені: Семенов Г.А., Станчевський В.А., Шаповал М.І., Чепура Л.М., Герасимчук В.Г., Покропивний С.Ф., Вітлінський В.В., Наконечний С.І., Колот В.М. та ін. Всі вони у своїх наукових працях виявили різні підходи щодо управління конкурентоспроможністю, але в їхніх дослідженнях не розглядався вплив якості на показники та чинники конкурентоспроможності підприємства окремо.

В економічній літературі існує безліч підходів до трактування категорії “якість продукції”. В словнику Європейської організації якості термін “якість” трактується як сукупність властивостей і характеристик продукції чи послуг, що обумовлюють їх здатність задовольняти певні потреби, як встановлені (відомі), так і передбачувані. Тобто саме задоволення потреб споживачів є кінцевою метою виготовлення якісної продукції.

Відомий американський фахівець в області якості продукції А. Фейгенбаум в свої книзі «Контроль якості продукції» під якістю виробу або послуги розуміє загальну сукупність технічних, технологічних, та експлуатаційних характеристик виробу та послуги, за допомогою яких виріб або послуга будуть відповідати вимогам споживача в процесі їх експлуатації. Вітчизняні науковці Ткачук Л.М. та Калугаряну Т.К. вважають, що якість продукції виявляється не в самих властивостях, а в тому, в якій мірі вони задовольняють певні потреби споживачів. “Якість продукції – це сукупність функціональних, естетичних і економічних властивостей, які відповідають конкретним потребам споживачів”. Так, Пархоменко В.М. виділяє такі основні характеристики економічної сутності категорії якості:

- 1) якість визначає споживчу вартість продукції (послуги);
- 2) якість є сукупністю властивостей продукції, що обумовлюють її здатність задовольняти певні особисті і виробничі потреби відповідно до її призначення;
- 3) якість є критерієм виміру рівня активності діяльності підприємства: собівартості, прибутку, рентабельності, ціни, конкурентоспроможності продукції і підприємства.

На нашу думку, якість продукції – це сукупність таких її характеристик, які відображають необхідні споживчі властивості продукції. Кількість таких характеристик продукції та їхні значення в першу чергу залежать від потреб і очікувань споживачів. Тому важливо ще на етапі інвестиційного планування чітко визначити всі характеристики майбутньої продукції та їхні кількісні значення, які відповідають усім необхідним вимогам споживачів.

Найголовнішою проблемою, з якою стикаються вітчизняні виробники, є досягнення прийняттого рівня собівартості при виробництві високоякісної продукції. Варто зазначити, що важливим елементом виробництва високоякісної продукції світовими лідерами є управління собівартістю продукції, що передбачає мінімізацію витрат без зниження якості продукції.

У наш час об’єктивна необхідність підвищення рівня якості продукції (послуг) зумовлена декількома причинами:

- 1) якість продукції стає одним із вирішальних факторів підвищення ефективності виробництва та інтенсивного розвитку економіки в цілому;
- 2) виготовлення неякісної продукції призводить до великих економічних збитків як на окремих підприємствах, так і в межах всієї національної економіки;
- 3) змінюється психологія споживача і його вимоги до якості продукції;
- 4) якість є одним із найважливіших факторів конкурентоспроможності продукції в умовах посилення конкурентної боротьби за ринки збуту.

Окреслимо основні напрямки з підвищення якості продукції на вітчизняних підприємствах.

1. Сертифікація системи управління якістю відповідно до стандарту ISO 9001. Впровадження і подальша сертифікація системи управління якістю в сучасних умовах є необхідною умовою закріплення підприємства на внутрішньому ринку та підвищення конкурентоспроможності його продукції для виходу на зовнішні ринки збуту.

2. Підвищення якості сировини. З цією метою вітчизняні підприємства повинні припинити практику укладання контрактів на основі низьких цін. Залучення дешевих постачальників сировини може в майбутньому призвести до додаткових витрат через невідповідність продукції встановленим вимогам. Тобто договори необхідно заключати з тими постачальниками, які відповідають певним вимогам, а саме:

- система управління якістю підприємства-постачальника повинна відповідати вимогам стандарту ISO 9001;

- сировина повинна пройти відповідну сертифікацію, в постачальники – забезпечити стабільність рівня якості сировини, що постачається;

- підприємство – постачальник має забезпечити відповідний рівень організації постачань сировини (дотримання графіка поставок та встановлених вимог при транспортуванні) тощо.

3. Покращення матеріально-технічного забезпечення виробництва. Більшість вітчизняних підприємств потребує заміни матеріально-технічної бази через моральне та фізичне зношення обладнання. Керівництво підприємства повинно працювати в двох напрямках: по-перше, шукати можливості для оновлення основних засобів і, по-друге, забезпечити безперебійну роботу наявного обладнання. З цією метою необхідно запровадити постійний контроль за станом виробничого обладнання, його регулярний профогляд для попередження поломок та систематичний якісний ремонт основних засобів з метою відновлення технічних характеристик.

4. Підвищення якості праці працівників. На нашу думку, саме якість праці працівників є ключовим фактором підвищення якості продукції на підприємстві. Варто зазначити, що цю роботу необхідно починати з вищого керівництва, адже саме воно зобов'язане ставити стратегічні завдання щодо удосконалення якості та організувати роботу з вирішення цих завдань. З цією метою на вітчизняних підприємствах необхідно запровадити практику навчання працівників з питань управління якістю, що дозволить підвищити ефективність використання робочого часу, забезпечить умови для прояву творчої ініціативи, зменшить плинність персоналу. Людей потрібно мотивувати до якісної праці і до участі в процесах постійного покращення. Преміювати працівників потрібно не за якісну продукцію або роботу, а за поліпшення продукції та процесів.

5. Орієнтація підприємства на споживчий попит та контроль якості. Кожне підприємство, яке прийняло рішення про виробництво якісної продукції, повинно в першу чергу здійснити маркетингове дослідження ринку з метою врахування побажань споживачів щодо якісних характеристик продукції. Особливу увагу на врахування принципу орієнтації на споживача необхідно звертати увагу в процесі управління якістю при реалізації нового інвестиційного проекту, тобто при виробництві нової продукції. Ключовим аспектом має стати контроль якості, який необхідно здійснювати шляхом порівняння запланованих показників якості з їх фактичними значеннями.

Справедливим є твердження, що поліпшення якості продукції повинне бути постійною метою, а не епізодичним процесом, адже жорстка конкуренція примушує підприємства безперервно рухатися шляхом удосконалення. Таким чином, тільки ті підприємства, вище керівництво та всі працівники яких демонструють постійне та повсюдне дотримання принципів якості, які сповідують культуру і філософію якості, дотримуються в своїй роботі вимог нормативно-технічної та організаційно-розпорядчої документації, мають реальну можливість зберегти досягнутий рівень розвитку та перспективу подальшого вдосконалення і розширення своєї діяльності.