

*Юлія Юрїївна Богородова,
студентка IV курсу соціально-психологічного факультету
Житомирський державний університет імені Івана Франка
напрямку підготовки «Маркетинг»
Науковий керівник:
к.е.н., старший викладач
Ніколаєнко Сергій Миколайович*

Якість продукції як основний показник конкурентоспроможності підприємства

Розглянуто основні питання конкурентоспроможності підприємства. Показано взаємозв'язок якості товару та конкурентоспроможності фірми. Досліджено конкурентоспроможність економіки України.

Постановка проблеми. В Україні, так само як і в більшості інших країн світу, у ряді головних та пріоритетних економічних проблем лежить забезпечення високого рівня якості продукції. Враховуючи умови насиченого ринку, а також підвищення конкурентної боротьби, якість на виробництві повинна стати найголовнішим елементом в системі управління підприємствами. Розвиток підприємства, величина його прибутку, масштаби збуту, в першу чергу залежать від якості продукції. Виходячи з цього, кожне підприємство повинне постійно підвищувати й удосконалювати якість вироблених товарів, застосовуючи новітні технології. Це також залишає слід на конкурентоспроможності тієї чи іншої фірми виробника. Тому якість та конкурентоспроможність ніколи не втрачуть своєї актуальності, адже це є головними чинниками, які визначають рівень попиту на продукцію, а звідси і максимальні прибутки.

На сучасному етапі світового розвитку конкуренція як рушійна сила змушує виробників товарів постійно шукати нові шляхи підвищення їхньої якості, зниження ціни, підвищення якості сервісу.

Під час конкурентної боротьби усі учасники переслідують практично однакові цілі. Тобто максимізацію прибутку за рахунок саме завоювання переваг їхніх споживачів. Проте способи та шляхи досягнення поданої мети різні. Саме тому переможцем в конкурентній боротьбі є той, хто раніше за інших досяг певних переваг та захопив правильний сегмент ринку. Однак завоювання переваг є тільки початком, складніше за все втриматися на ринку, зберігши свої первинні позиції [1]. Саме конкуренція призводить до покращення використання здатностей та знань, а через це і більша частина благ, які досягла людина, отримана за допомогою змагання, конкуренції [2].

Також на конкурентоспроможність підприємства в умовах ринку, темпи технічного прогресу, впровадження інновацій, зростання ефективності виробництва, економію всіх видів ресурсів, використовуваних на підприємстві значною мірою впливає конкурентоспроможність саме тієї продукції, яку виробляє підприємство.

Рівень якості продукції являє собою головний фактор досягнення її конкурентоспроможності. Також до факторів щодо конкурентоспроможності продукції відносять ціну продукції, витрати у сфері споживання (або експлуатації) за звичайний строк служби (використання) та якість обслуговування продукції. Організація пріоритетів конкурентоспроможності самої продукції за висновками експертів є такою: 4 : 3 : 2 : 1. Тобто, під час формування стратегії підвищення саме конкурентоспроможності, у першу чергу, засоби виробництва слід спрямувати на підвищення спочатку якості продукції, а потім – на зменшення витрат підприємства, далі покращити організацію експлуатації продукції з подальшим скороченням експлуатаційних витрат, а під кінець – підвищити якість вже сервісу продукції [3].

Конкурентоспроможність всієї продукції закладається навіть на початковій стадії – проектування. Під час виробництва матеріалізуються одні з найголовніших елементів конкурентоспроможності виробів, це такі як якість та витрати. Моделювання й визначення самої міри конкурентоспроможності продукції являється необхідною передумовою і для її

продажу на відповідному для цього ринку. Адже визначаючи конкурентоспроможність будь-якого товару, виробник продукції повинен обов'язково знати усі вимоги його потенційних покупців. Тому при формуванні конкурентоспроможності продукції потрібно починати з визначення головних споживчих потреб споживачів, а далі за ними оцінити принципову можливість реалізації продукції на відповідних ринках, де покупці кожного разу порівнюватимуть характеристики даної продукції з товарами ваших конкурентів, що визначить міру задоволення конкретних потреб та цін реалізації.

Сучасні умови формування якості продукції визначаються під впливом таких факторів:

- сприйнятливості підприємств до оперативного впровадження останніх науково-технічних досягнень;
- вивчення умов ринку, потреб різноманітних категорій споживачів;
- інтенсивне використання «людського фактору» за допомогою навчання, постійного підвищення рівня кваліфікації, мотивації через матеріальну та моральну допомогу працівникам [4].

Щоб забезпечити високий рівень якості продукції на підприємстві, враховуючи подані вище фактори, відбувається створення спеціальних систем, таких як відповідні структури, процедури, організаційні методи, процеси тощо. Забезпечення відповідної якості продукції – це потреба часу, сучасної реальності, коли всякий товар задовольнити споживача ніяк не може, як це було ще й при командно-адміністративній системі. А за нинішніх умов споживач продукції є також регулятором її обсягу виробництва та попиту на ринку.

Тому можна відзначити, що зв'язок між конкурентоспроможністю підприємства, його продукції та якості цієї продукції є однією з головних ланок виживання та максимізації прибутку в умовах конкуренції на сучасних ринках.

У наші дні існує маса міжнародних рейтингів та оцінок рівня розвитку країн світу. У рейтингу щодо глобальної конкурентоспроможності так званого Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) за 2015 рік Україна знизилась на 3 позиції з 76-го (у 2014 році) на 79 місце з-поміж 140 країн світу. А саме, вона знаходиться між Гватемалою й Таджикистаном. Притому показник цієї конкурентоспроможності також зменшився на 0,11: з 4,14 до 4,03.

Так званий Індекс конкурентоспроможності допомагає визначити здатність економіки до зростання у довгостроковій перспективі. Він складається з 114 показників, 2/3 яких є результатами опитування керівників бізнесу, 1/3 – просто статистична інформація. Таке опитування бізнесу на разі проводилося з січня до березні 2015 року, більшість статистичних даних взято за 2014 рік.

Також Україна значно відстає саме за показником щодо ефективності антимонопольної політики (136 місце з 140), а також за показником впливу оподаткування на бажання інвестувати (129 місце). До того ж наявні низькі оцінки за тими показниками, що стосуються саме прямих іноземних інвестицій: так звана частка іноземної власності (126 місце) і впливу регулювання на ПІІ (122 місце). Проте Україна має кілька конкурентних переваг які стосуються інновацій. Вона посіла 29 місце у рейтингу за наявністю багатьох наукових й інженерних кадрів, 43 – за якістю науково-дослідних закладів та 50 – за кількістю патентів на винаходи. Можна зробити висновок, що інновації є великим потенціалом для зростання української економіки [5].

Список використаних джерел

1. Уманців Ю. М. Механізм економічної політики: Навчальний посібник / Ю. М. Уманців, О. І. Міняйло. – Івано-Франківськ: Місто НВ, 2010. – 436 с.
2. Фінанси: підручник / За ред. С. І. Юрія, В. М. Федосова. – К.: Знання, 2008. – 611 с.
3. ДСТУ ISO 9000-2001. Системи управління якістю. Основні положення та словник. – На заміну ДСТУ 3230-95; Введ. 27.06.2001 р. – К.: Держстандарт України, 2001. – 26 с.

4. Кундицький О. Фінансова база видатків домогосподарств у перехідній економіці України / О. Кундицький // Бест М. Новая конкуренция. Институты промышленного развития / Бест М. ; пер. с англ. – М. : ТЕЗИС, 2002. – 356 с.

5. Національна Рада Реформ України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://reforms.in.ua/ua>