

**ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ЗА РАХУНОК
ПОЛІПШЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ**

*Бойко В.В. к.т.н., професор кафедри менеджменту виробничої сфери,
Шушенков.Є.О., студент,
Державний ВНЗ «Національний гірничий університет»,
м. Дніпропетровськ, Україна*

У ринковій економіці проблема якості є найважливішим чинником підвищення рівня життя, економічної, соціальної й екологічної безпеки. Якість - комплексне поняття, що характеризує ефективність усіх сторін діяльності: розробка стратегії, організація виробництва, маркетинг тощо.

Рівень розвитку підприємства та величина його прибутку залежить, в першу чергу, від якості продукції. Якість як економічна категорія відображає сукупність властивостей продукції, що зумовлюють міру її придатності задовольняти потреби людини відповідно до свого призначення. Тому для кожного підприємства принципово важливо постійно підвищувати та удосконалювати рівень якості. В умовах розвитку міжнародної торгівлі і споріднених їй видів діяльності, успіх окремих підприємств та галузей економіки на зовнішньому і внутрішньому ринках повністю залежить від того, на скільки їх продукція або послуги відповідають стандартам якості.

Проблеми якості є універсальними і характерними для усіх без винятку країн світу, вони набувають нової, особливої актуальності по мірі поглиблення ринкових відносин, загострення конкуренції, зменшення протекціоністських заходів держави.

В сучасних умовах в Україні якість продукції і послуг, їхня безпека відіграють все більшу роль в економіці країни. Саме тому вихід із кризового стану виробництва лежить на шляху якнайшвидшого освоєння конкурентоздатної продукції, суворого дотримання технічних параметрів виробництва, впровадження ефективним систем управління якістю.

Проблема управління якістю активно досліджується науковцями на пострадянському просторі, у т.ч. і в Україні. Значний внесок в розвиток теорії управління якістю зробили А. Глічев, В. Панов, Г. Азгальдов, В. Версан,

Ю. Адлер, Р. Бичківський, П. Калита, А. Вакуленко, М. Шаповал, Ю. Койфман, Ю. Адлер та інші. Проте недостатньо дослідженим залишаються питання впливу якості на діяльність підприємства, необхідна подальша розробка термінології в галузі якості, передусім з позицій функціонування підприємства як організаційної структури.

Для підтримання високої якості та конкурентоспроможності готової продукції на підприємстві необхідно постійно впроваджувати новітні технології та одночасно постійно контролювати якість продукції в процесі технологічного циклу. Однак процес контролю має супроводжуватись певними методиками контролю, класифікацією видів браку та відповідними організаційними прийомами його усунення.

Науковий підхід до вивчення будь-якої категорії чи явища передбачає в першу чергу визначення змісту поняття, його сутності, місця і ролі в сукупності інших категорій та явищ. Наукові трактування якості є досить різнобічними, проте об'єднаними певною загальною філософією дефініції. Так, виходячи із суб'єктивних позицій, Ф. Кросбі визначає якість як відповідність вимогам. У. Демінг вважає, що управління якістю не означає досягнення досконалості, а отримання такого рівня якості, на який розраховує ринок. Д. Джуран визначає якість як відповідність призначенню. А. Фегенбаум називає якість сукупністю складних ринкових, технічних та експлуатаційних характеристик виробу, завдяки яким останній відповідає очікуванням споживача. Д. Харрінгтон визначає якість як задоволення або перевищення вимог споживача за прийнятною для нього ціною.

Під якістю продукції розуміють також сукупність властивостей та характеристик продукту, котрі надають йому здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби. Таке визначення наведено в стандарті ІСО і є найбільш поширеним в країнах з розвинутою економікою. У 1986 р. в межах ІСО були сформульовані терміни щодо якості для всіх галузей бізнесу і промисловості, а у 1994 р. ця термінологія була уточнена. За цим останнім підходом стандартизованим є визначення якості, за яким дана категорія є сукупністю характеристик об'єкта, що відносяться до його здатності задовольняти встановлені і передбачувані потреби.

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 якості відбиває сукупність властивостей продукції, що зумовлюють міру її придатності задовольняти потреби людини .

Узагальнюючи наведені підходи, вважаємо, що якість продукції – це сукупність функціональних, естетичних і економічних властивостей, які відповідають конкретним потребам споживачів. Принциповою особливістю такого визначення є врахування проявлення властивостей продукції в певних умовах споживання. Мається на увазі, що якість продукції виявляється не в самих властивостях, а в тому, в якій мірі вони задовольняють певні потреби споживачів. Тим не менше, такий підхід, за останніми положеннями теорії менеджменту повинен бути доповнений з урахуванням потреб формування активної позиції вивчення та прогнозування вимог споживачів, формуючи тим самим культуру споживання.

Теоретичною основою управління якістю є система Ф. Тейлора (наукове управління виробництвом), створена в 80-90-ті роки XIX ст.

Ця система включає поняття верхнього і нижнього меж якості, поля допуску, вводить такі вимірювальні інструменти, як шаблони і калібри, а також обґрунтовує необхідність незалежної посади інспектора з якості, систему штрафів для бракоробів, форми і методи впливу на якість продукції. У системі Ф. Тейлора визнається необхідність врахування можливих невідповідностей виробничого процесу і пропонується набір інструментів для їх контролю та усунення. Досить тривалий період часу (з 20-х до початку 80-х років XX ст.) управління якістю сприймалося і розроблялися фахівцями переважно з позицій інженерно-технічного контролю продукції і процесів виробництва.

Якість відноситься до категорії складних і динамічних понять. Якість - це сукупність властивостей і характеристик продукції, які надають їй здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби. Якість продукції тісно пов'язана з споживною вартістю - здатністю товару задовольняти певні потреби. Воно характеризує міру споживчої вартості, ступінь її придатності і корисності, тобто кількісне задоволення суспільної потреби у продукції.

Певна кількість продукції кращої якості (вищого технічного рівня) здатна повніше задовольнити суспільні потреби, ніж та або навіть більша кількість гіршого гатунку. Це означає, що підвищення якості (технічного рівня) продукції у кінцевому підсумку еквівалентне збільшенню її виробництва з меншими загальними витратами суспільної праці. Йдеться про багатоспрямований вплив підвищення якості продукції не лише на виробництво, його ефективність, але й на імідж підприємства в цілому.

Якість, як економічна категорія, відбиває сукупність властивостей продукції, що зумовлюють міру її придатності задовольняти потреби людини відповідно до свого призначення. Тому для кожного підприємства дуже важливо постійно підвищувати та удосконалювати рівень якості продукції, застосовувати новітні технології для її поліпшення. Це питання ніколи не втратить своєї актуальності, оскільки якість продукції завжди була головним чинником, який визначав рівень попиту на продукцію.

Зростаюче значення проблеми якості продукції є наслідком розвитку науки і техніки, умов виробництва продукції. Основні причини цього процесу – це ускладнення виробничих процесів, впровадження нових технологічних методів, природне підвищення вимог населення до якості товарів, що купуються, зумовлене постійним зростанням матеріальних і естетичних потреб. Все це примушує виробників підвищувати якість продукції і не відставати від вимог споживачів. Завдання ускладнюється тим, що вирішувати згадані проблеми необхідно у єдиному комплексі. Чим досконаліше організована координація і взаємозв'язок між окремими ланками проблем, тим вища технічна, економічна і соціальна ефективність її вирішення.

Підвищення якості продукції повинно базуватися на основі розробки комплексної, взаємопов'язаної системи технічних, організаційних, економічних і соціальних та мотиваційних заходів, що забезпечують необхідний рівень якості на всіх стадіях виробництва і споживання продукції. Важливою умовою при їх формуванні є досягнення «господарського ефекту» за рахунок зменшення вартості виробів.

Потрібно зауважити важливий момент, що необхідність покращення шляхів управління якістю продукції в сучасних умовах передбачено наступними обставинами:

- 1) потреби науково-технічного прогресу;
- 2) зміна споживчих інтересів населення;
- 3) нестача або обмеженість природних ресурсів;
- 4) підвищення значення матеріального стимулювання в ринкових умовах, коли кожна людина, яка краще працює, може придбати за свою зарплату більш високоякісний товар;
- 5) розвиток зовнішньої торгівлі.

В умовах ринкових відносин кожне підприємство має орієнтуватися на досягнення максимальних результатів своєї діяльності, а наявність на ринку конкуренції значно знижує можливості підприємства в досягненні поставленої

мети. В такому випадку підприємство має створювати та підтримувати суттєві переваги перед конкурентами, основні з яких спрямовані на виробництво продукції високої якості, здатної як найкраще задовольняти потреби споживачів. Це обумовлює необхідність відводити на підприємствах велику увагу цим питанням, орієнтуючись на світовий досвід створення сучасних систем управління якістю продукції.

У зв'язку з цим велика увага приділяється вирішенню питань по якості, що дає змогу примножувати якісні характеристики та властивості продукції. Ця проблема є актуальною для всіх підприємств нашої держави.

Що стосується порівняльного аналізу вітчизняних та закордонних систем, то він показує, що українським системам управління якістю потрібно пройти ще довгий шлях вдосконалення, щоб досягти рівня інших розвинутих країн. Для досягнення досконалої якості продукції вітчизняним системам управління потрібно перейти до єдиних вимог, що стало можливим за допомогою систем менеджменту якості за стандартами ISO, статистичних методів керування якістю, концепції загального управління якістю TQM, що широко використовується у світовій практиці.

Сучасна концепція TQM передбачає всебічне цілеспрямоване і добре скоординоване застосування систем і методів керування всіх сфер діяльності від досліджень і розробок до після реалізаційного обслуговування.

Оскільки, міжнародне визнання країни, її авторитет залежить від якості її продукції, то українським системам якості необхідно керуватися такими принципами:

- орієнтація на споживача;
- безперервне удосконалення виробництва і діяльності в сфері якості;
- безперервне підвищення компетентності працівників організації;
- забезпечення якості на всіх стадіях життєвого циклу товару;
- участь усього персоналу у вирішенні проблем якості [3].

Отже, стратегічним напрямком успішного функціонування підприємств в сучасних економічних умовах є створення ефективних шляхів підвищення якості продукції та процесу їх формування на підприємстві, які дозволяють підвищити необхідний рівень споживчих характеристик продукції. Таким чином, особливої актуальності набуває дострокове підвищення конкурентоспроможності підприємств на основі формування ефективних шляхів управління якістю продукції.

Економічний механізм управління якістю продукції об'єднує способи і методи, які спрямовані на забезпечення виробництва і реалізації продукції високої якості. Економічна ефективність поліпшення якості продукції характеризується розміром додатково отриманого прибутку від виробництва і реалізації продукції підвищеної якості. Поліпшення якості продукції є специфічною формою прояву закону економії робочого часу, тому підвищення якості має значний народногосподарський ефект. Цей ефект враховує ефекти і від виробництва, і від експлуатації (споживання) продукції підвищеної якості.

Діяльність підприємств, за умов ринкової економіки, пов'язана з необхідністю завоювання і укріплення власних позицій в конкурентному середовищі. Конкурентне середовище на ринку, в перехідний період, створювалось як під впливом лібералізації цін, так і завдяки реалізації регулюючої ролі держави шляхом впровадження заходів комерціалізації, приватизації та розробки відповідної законодавчої бази. Результатом процесів роздержавлення і приватизації було формування ринку, в якому збільшилась кількість економічно самостійних суб'єктів, з'явилися умови для конкуренції. Можливість для підприємства утриматися в умовах постійної конкурентної боротьби залежить від рівня його конкурентоспроможності та якості його продукції або послуги. В науковій літературі поняття конкурентоспроможності трактується досить неоднозначно. В цілому, конкурентоспроможність можна охарактеризувати як сукупність характеристик об'єкту, що відрізняють його від об'єктів-аналогів і забезпечують його перевагу над ними [1].

В наукових публікаціях ряду вітчизняних і російських вчених і практиків доцільно відмітити тих, хто активно займається вивченням та дослідженням конкуренції – О. Амоша, В. Андріанова, С. Аптекарь, Б. Буркинський, І. Герчикова, Г. Губерна, О. Дерев'янка, С. Єрохін, Ю. Іванова, А. Кредисов, І. Лукінов, Д. Лук'яненко, В. Мамутова, В. Оберемчук, Ю. Пахомов, В. Павленко, А. Старостіна, М. Чумаченко, Л. Червова, М. Якубовський, С. Ярошенко та ін.[2]. Всі автори в цій галузі згодні один з одним лише в тому, що конкурентоспроможність – це порівняльна, а тому – відносна оцінка властивостей товару. Якщо на ринку не було б конкурентів з товарами яких споживач порівнює товар фірми, то неможна було б говорити про конкурентоспроможність цього товару.

Кожне підприємство, яке виходить на ринок з власною продукцією, намагається досягти переваги над іншими підприємствами, тобто відбувається боротьба фірм на доступних сегментах ринку за обмежений об'єм

платоспроможного попиту споживачів. Та виграють ці змагання з конкуренції лише ті підприємства, якість котрих вище серед інших [3].

Успішна діяльність підприємства повинна визначатися прибутком, але в умовах, коли ціна диктується ринком, а конкурентоспроможність визначається якістю, перед підприємством ТОВ «Інагропром» стоїть питання про поліпшення якості продукції, що випускається при зміні умовно постійних витрат грн./грн. Так як поліпшення якості продукції супроводжується збільшенням змінних витрат, які складаються з витрат на сировину і матеріали, витрат на електроенергію та паливо, заробітні плати робітників, що здійснюють виробництво продукції та нарахуваннями на неї. У статті ставиться питання про забезпечення зростання прибутку при постійній ціні (Ц-константа), при постійних питомих витратах.

Підприємству вигідніше, якщо на одиницю продукції припадає менша сума постійних витрат, що можливо за досягнення максимуму обсягу виробництва продукції на наявних виробничих потужностях. Якщо при спаді виробництва продукції змінні витрати скорочуються пропорційно, то сума постійних витрат не змінюється, що призводить до зростання собівартості продукції і зменшення суми прибутку.

Економія на постійних витратах розраховується наступним чином:

$$1. \Delta C_{оп} = C_{0оп} - C_{0оп} * I_q;$$

$$2. \Delta C_{оп} = C_{0оп} * (1 - I_q),$$

Де $C_{0оп}$ - загальна сума постійних витрат в базовому році;

I_q - індекс зміни обсягу продукції [5].

Умова при якій:

$$3. C_i = c_i \text{ змін.} + c_i \text{ пост, одиниці виміру (грн./грн.);}$$

$$4. \Delta c_i \text{ змін} = \Delta c_i \text{ пост, (грн./грн);}$$

$$5. c_i - c_i = p_i \text{ (грн. грн.);}$$

При c_i – конст., p_i – конст., c_i – конст. на одиницю продукції.

$$6. П_0 = \sum_n^1 p_i * N_{0i}, \text{ де } N - \text{кількість реалізованої продукції в базовому}$$

році в натуральних одиницях, а p_i – відносний прибуток на кожну фізичну одиницю реалізованої продукції;

$$7. П_0 = \sum_Q^1 p_i * Q_{0i}, \text{ де } Q_0 - \text{обсяг реалізованої продукції, а } p_i - \text{відносний}$$

прибуток на кожну грн. реалізованої продукції;

8. $\Delta \Pi = \Delta I_q * \Pi_0$, де I_q – індекс обсягу реалізованої продукції за рахунок підвищення якості;

9. $\Delta \Pi = \Delta N * \Pi_0$.

ТОВ «Інагропром» - підприємство, що займається проектуванням, виготовленням, постачанням будівельного кріплення широкого асортименту.

Предметом діяльності підприємства є: виготовлення будівельного кріплення та товарів народного споживання; допомога при утепленні стін різноманітних конструкцій; кріплення металевих та інших будівельних конструкцій. Замовниками підприємства є: ТОВ «ПікКомпані», ТОВ «Київська Крепіжна Компанія», ТОВ «Солді», а також постачання продукції в м. Дніпропетровськ та інші регіони. За роки своєї діяльності підприємство ТОВ «Інагропром» здобуло довіру багатьох замовників, та нагороди у будівельній галузі. За минулі роки компанія накопичила значний досвід у виготовленні кріпильних виробів для будівництва та товарів народного споживання. До основних напрямів діяльності належать: монтаж покрівель всіх типів, висотні та фасадні роботи, внутрішні монтажні роботи конструкцій всіх типів. Продукція відповідає вимогам вітчизняних та міжнародних стандартів. Підприємство випускає таку унікальну продукцію, яка не має аналогів у вітчизняній та зарубіжній практиці.

Аналіз економічних елементів витрат і калькуляційних статей дає можливість виявити резерви їх зниження. У традиційному уявленні, найважливішим шляхом зниження витрат є економія всіх видів ресурсів використаних у виробництві. Значну частку в структурі постійних витрат виробництва займає оплата праці, тому актуальна задача зниження трудомісткості що випускається продукції, росту продуктивності праці, скорочення чисельності адміністративно-обслуговуючого персоналу. Це і є один з можливих шляхів скорочення постійних витрат.

Зниження трудомісткості продукції і зростання продуктивності праці можна досягти різноманітними способами. Найбільш важливі з них є механізація і автоматизація виробництва, розробка та застосування прогресивних, високопродуктивних технологій, заміна та модернізація застарілого обладнання. З одного боку ми замінюємо робітників на автоматизовані машини, тим самим скорочуємо витрати на оплату праці робітникам, та з іншого, збільшуємо продуктивність праці та підвищуємо якість виробленої продукції.

Однак одні тільки заходи щодо удосконалювання застосовуваної техніки і технологій не дадуть належної віддачі без поліпшення організації виробництва і праці. Важливе значення має належна організація праці: підготовка робочого місця, повне його завантаження, застосування передових методів і прийомів праці.

Матеріальні ресурси займають 60% у структурі витрат на виробництво продукції. Звідси зрозуміло значення економії цих ресурсів, раціонального їх застосування. На перший план тут виступає застосування ресурсозберігаючих технологічних процесів. Важливим є підвищення вимогливості і повсюдне застосування вхідного контролю за якістю сировини і матеріалів, що надходять від постачальників, комплектуючих виробів та напівфабрикатів.

Скорочення витрат по амортизації можна досягти шляхом кращого використання основних фондів, максимального їх завантаження. Дуже важливим є питання про економію витрат підприємства на реалізацію продукції, її рекламу, завоювання ринку, а також зменшення непрямих податків, що входять в собівартість. Зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції є основою підвищення її конкурентоспроможності та фундаментом цінової політики.

Скорочення витрат на виробництво одиниці продукції є джерелом зростання прибутку, матеріальною основою для зниження цін на продукцію та підвищення її конкурентоспроможності.

Ми вважаємо, що при заданих обмеженнях, бажаного результату, а саме збільшення прибутку, можна досягти шляхом економії на постійних витратах. Внаслідок цього, заощаджені кошти можна направити на зміну змінних витрат, що сприятиме поліпшенню якості.

Список літератури:

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика: Кн. 3 / Г.Л.Азоев // Библиотека хозяйственного человека. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2001. – 208 с.
2. Конкуренентоспроможність: проблеми науки і практики: монографія. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 248 с.
3. Николаев А.Ю. Механизм управления конкурентоспособностью предприятия как основа его экономического развития [Электронный ресурс]: диссертация на соискание ученой степени к.э.н. / А.Ю. Николаев // Российская государственная библиотека. – Москва, 2003. – 164 с.

4. Рум`янцев А. П. Зовнішньоекономічна діяльність : навчальний посібник / А.П. Рум`янцев, Н.С. Рум`яйцева // Мін-во освіти і науки України. – К. : ЦНЛ, 2004. – 384 с.

5. Бойко В.В. Економіка підприємств України: навч. посібник, - 4 – е вид, перероб. і доп. / В.В. Бойко. - Д: Національний гірничий університет, 2008. – 551 с.

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЇ НА РИНКУ ЕКСПРЕС-ДОСТАВКИ ВАНТАЖІВ

*Бойченко М.В., к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту
виробничої сфери, Олійник А.В., студент,
Державний ВНЗ «Національний гірничий університет»,
м. Дніпропетровськ, Україна*

На сьогоднішній день послуги експрес-доставки вантажів є одним з сегментів світового транспортно-логістичного ринку, який дуже стрімко розвивається та демонструє щорічний приріст товарообігу на рівні 25-35%. Зростання попиту на послуги перевізників обумовлюється розвитком та глобалізацією економіки країни, зростанням загального рівня платоспроможності, як населення, так і комерційних структур та підвищення популярності ринку Інтернет-торгівлі. Швидкий розвиток послуг експрес-доставки, поява новітніх засобів впливу на кінцевого споживача підвищують рівень конкуренції між перевізниками всередині галузі.

Низька ціна, висока швидкість та якість перевезення вантажу є вже не просто бажані, а швидше обов'язкові для задоволення потреби клієнта. Поки не всі фірми можуть запропонувати своїм клієнтам доставку вантажу в день отримання замовлення (звичайною практикою є доставка на наступний день). Однак, в даний час стандарти обслуговування стають більш жорсткими, і від здатності відповідати їм буде залежати становище компанії на ринку.

Проаналізувавши діяльність компаній-перевізників, інноваційні логістичні підходи та новітні стандарти обслуговування клієнтів можна виділити наступні шляхи підвищення конкурентоспроможності компанії на ринку експрес-доставки вантажів: