

УДК 066.83:338.242

## Якість продукції як чинник конкурентоспроможності підприємства

**Биба В.В.**

кандидат технічних наук,  
доцент кафедри економіки підприємства та управління персоналом  
Полтавського національного технічного університету  
імені Юрія Кондратюка

**Теницька Н.Б.**

старший викладач кафедри економіки підприємства  
та управління персоналом  
Полтавського національного технічного університету  
імені Юрія Кондратюка

Проблема якості виготовленої продукції є актуальною для будь-якого підприємства. Особливо нині, коли Україна намагається збільшити ринки збуту та вийти на міжнародний рівень. Для того щоб ця мета була досягнута, необхідно відповідати міжнародним стандартам та встановленим вимогам. У сучасних ринкових умовах зусилля товаровиробників спрямовані на задоволення попиту споживачів, які, своєю чергою, керуються якісними характеристиками товару. Отже, якість продукції стає головним чинником, який впливає на споживача і спонукає його до придбання.

**Ключові слова:** підприємство, конкурентоспроможність, якість, стандартизація, сертифікація.

Биба В.В., Теницкая Н.Б. КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Проблема качества изготовленной продукции является актуальной для любого предприятия. Особенно сейчас, когда Украина пытается увеличить рынки сбыта и выйти на международный уровень. Для того чтобы эта цель была достигнута, необходимо соответствовать международным стандартам и установленным требованиям. В современных рыночных условиях усилия товаропроизводителей направлены на удовлетворение спроса потребителей, которые, в свою очередь, руководствуются качественными характеристиками товара. Итак, качество продукции становится главным фактором, который влияет на потребителя и побуждает его к приобретению.

**Ключевые слова:** предприятие, конкурентоспособность, качество, стандартизация, сертификация.

Byba V.V., Tenytska N.B. QUALITY OF PRODUCTION AS FACTOR COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

The problem of quality of manufactured products is important for any company. Especially now that Ukraine is trying to increase markets and to enter the international level. To this goal was achieved, must meet international standards and set requirements. In current market conditions, efforts directed producers to meet consumer demand, which in turn guided the qualitative characteristics of the goods. So, product quality is the main factor that affects the user and prompts him to purchase.

**Keywords:** enterprise, competitiveness, quality, standardization, certification.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств набуває особливої актуальності з огляду на останні тенденції розвитку ринку. Для ефективнішого пошуку рішень щодо підвищення конкурентоспроможності передусім важливо дати адекватне визначення цього терміну.

Одними з факторів, що формують конкурентоспроможність фірми, є обсяг, якість, склад, потенціал. Але особливу увагу варто звернути на якість продукції.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Конкурентоспроможність підприємства

досліджувалася багатьма вченими починаючи з робіт А. Сміта, Д. Рікардо, Дж.С. Мілля, К. Маркса, Дж. Кейнса, Й. Шумпетера та закінчуючи працями їх послідовників. Сьогодні багато вітчизняних і зарубіжних учених розглядають це питання, зокрема В.Ф. Оберемчук [2], М. Портер [4], В. Стівенсон [5], З.Є. Шершньова [6].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Конкурентоспроможність підприємства є комплексною порівняльною характеристикою, яка повинна відображати ступінь переваг підприємства, що розглядається, над підприємствами-конку-

рентами за певною визначеною сукупністю оціночних показників його діяльності.

Саме тому питання якості виготовленої продукції є актуальним для будь-якого підприємства, що й зумовило вибір теми дослідження, сформувало його мету і завдання.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Основними цілями даного дослідження є аналіз поняття «конкурентоспроможність», а також вплив на неї якості виготовленої продукції та її сертифікація і стандартизація.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Досліджуючи наукові праці вітчизняних та зарубіжних учених, можна стикнутися з багатьма визначеннями терміну конкурентоспроможності, які загалом являють одну й ту саму економічну категорію, проте різними підходами.

У табл. 1 наведено визначення терміну «конкурентоспроможність» та виділено слова-синоніми, для того щоб краще показати різноманітність підходів до визначення цього поняття.

З огляду на всі наведені означення та систематизуючи їх, а також звертаючись до перекладу слова іноземного походження «конкуренція» (з лат. concurrentia – змагання, суперництво), автором пропонується узагальнююче визначення.

Конкурентоспроможність (дослівний переклад «здатність змагатися») – це наявність певних переваг (ресурсів) та спроможність і вміння їх правильно використовувати у суперництві з іншими «гравцями» для досягнення своїх цілей.

Аналіз конкурентоспроможності підприємства на ринку допускає вивчення факторів, що

впливають на відношення покупців до підприємства та її продукції, і, як результат, зміну частки продукції підприємства на ринку. Всі фактори конкурентоспроможності можна умовно розділити на зовнішні та внутрішні (рис. 1).

Наслідком зростаючої конкуренції на ринку товарів та послуг є підвищення рівня вимог клієнтів. У таких умовах розвиток будь-якої компанії, яка орієнтується на обслуговування значної кількості споживачів, повинен бути динамічним. Її метою є надання послуг, якість та обсяг яких буде відповідати очікуванням клієнтів.

Кожний виріб або послуга є носієм різних конкретних властивостей, що відображають його корисність і відповідають певним потребам людини. Власне, заради цього певна продукція й виготовляється. А головною її характеристикою є якість продукції, тобто сукупність властивостей продукції, що зумовлюють міру її придатності задовольняти потреби людини відповідно до свого призначення [1].

На міжнародному ринку до поняття якості включається все, що сприймається споживачами, зокрема:

- фізичні властивості;
- функціональні характеристики;
- конструктивні й ергономічні параметри;
- безпека користування товаром; упаковка;
- дозування і т. д.

У поняття якості входить також і безпека користування товаром, що включає у широкому сенсі й показники екології. Безпроблемна утилізація – теж сучасна вимога до якості.

Показники якості наведено на рис. 2.

*Рівень якості* являє собою відносну характеристику якості продукції, що базу-

Таблиця 1

### Теоретичні підходи до визначення терміну «конкурентоспроможність»

№	Автор	Визначення терміну
1	В.Ф. Оберемчук [2]	Конкурентоспроможність – комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка відображає ступінь переваги сукупності оціночних показників діяльності підприємства, що визначають його успіх на певному ринку за певний проміжок часу, по відношенню до сукупності показників підприємств конкурентів.
2	М. Портер [4]	Конкурентоспроможність – це <i>зростання продуктивності</i> організації, що виявляється у зниженні витрат або диференціації.
3	В. Стівенсон [5]	Конкурентоспроможність – <i>ефективність</i> задоволення потреби клієнта компанією порівняно з іншими компаніями, що пропонують подібний товар або послугу.
4	З.Є. Шершньова [6]	Конкурентоспроможність – це <i>рівень компетенції</i> підприємства щодо інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складників: технології, ресурсів, менеджменту, навичок персоналу тощо, що знаходить вираження в показниках якості продукції, прибутковості, продуктивності тощо.



**Рис. 1. Фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємства**



**Рис. 2. Показники якості продукції**

ється на порівнянні значень показників якості оцінюваної продукції з базовими значеннями відповідних показників. Іншими словами, рівень якості продукції – це кількісна характеристика міри придатності того або іншого виду продукції для задоволення конкретного попиту на неї порівняно з відповідними базовими показниками за фіксованих умов споживання.

*Оцінка якості* продукції передбачає визначення абсолютного, відносного, перспективного й оптимального її рівнів.

*Абсолютний рівень якості* того чи іншого виробу знаходять шляхом обчислення вибраних для його вимірювання показників без їх порівняння з відповідними показниками аналогічних виробів. Визначення абсолютного рівня якості є недостатнім, оскільки самі по собі абсолютні значення вимірників якості

не відображають ступінь його відповідності сучасним вимогам.

*Відносний рівень якості* визначають, порівнюючи показники продукції з абсолютними показниками якості кращих аналогічних вітчизняних та зарубіжних зразків виробів.

Рівень якості продукції під впливом науково-технічного прогресу і вимог споживачів повинен мати тенденцію до підвищення. У зв'язку із цим виникає необхідність оцінки якості виробів, виходячи з її перспективного рівня, що враховує пріоритетні напрями і темпи розвитку науки і техніки.

За новими видами продукції доцільно визначати також оптимальний рівень якості, тобто такий рівень, за якого загальна величина суспільних витрат на виробництво і використання продукції у певних умовах її споживання була б мінімальною.

На рівень якості продукції впливає значна кількість чинників, які діють як самостійно, так і у взаємозв'язку, як на окремих етапах життєвого циклу продукції, так і на декількох. Усі ці чинники можна об'єднати в чотири групи: технічні, організаційні, економічні та суб'єктивні (табл. 2).

Велику роль у забезпеченні якості і, як наслідок, конкурентоспроможності продукції відіграють стандартизація, сертифікація та системи управління якістю. У нашій країні правові та організаційні засади стандартизації, спрямовані на забезпечення єдиної технічної політики у цій сфері, регулюються Законом України «Про стандартизацію» [7].

Відповідно до Закону, стандартизація визначається як діяльність, що полягає у встановленні положень для загального і багаторазового застосування щодо наявних чи можливих завдань для досягнення оптимального ступеня впорядкування в певній сфері, результатом якої є підвищення ступеня відповідності продукції, процесів чи послуг їх функціональному призначенню, усунення бар'єрів у торгівлі і сприяння науково-технічному співробітництву. Тобто стандартизація узаконює впровадження показників і норм якості продукції, технологічних процесів і прийомів, послуг у відповідній сфері виробництва.

Основними принципами і метою стандартизації є: забезпечення безпеки для життя та здоров'я людини, тварин, рослин, охорона здоров'я; сприяння усуненню технічних бар'єрів у торгівлі; врахування сучасних досягнень науки і техніки, а також стану національної економіки; забезпечення участі в розробленні стандартів юридичних та фізичних осіб – розробників, виробників, споживачів; добровільність вибору виробниками видів стандартів під час виробництва продукції чи її постачання; пріоритетність прямого впровадження в Україні міжнародних

та регіональних стандартів; дотримання міжнародних та європейських правил і процедур стандартизації.

Результатом стандартизації є нормативні документи у цій сфері. Вони встановлюють правила, загальні принципи чи характеристики різних видів діяльності або їх результатів. Такими нормативними документами є стандарт, кодекс усталеної практики і технічні умови.

*Стандарт* – це документ, що встановлює для загального і багаторазового застосування правила, загальні принципи або характеристики, які стосуються діяльності чи її результатів, для досягнення оптимального ступеня впорядкованості у певній галузі, та розроблений у встановленому порядку на основі консенсусу (загальної згоди).

Стандарти є тим зразком, еталоном якості, до якого повинні прагнути виробники. Водночас вони встановлюють межу якості, нижче якої продукція (роботи, послуги) вважається некондиційною, тобто нестандартною. Стандарти передбачають також диференціацію продукції за якістю: категорії, класи, сорти, відповідно до яких здійснюється матеріальне стимулювання виробників. Дотримання вимог стандартів забезпечує виробництво продукції, що відповідає кращим вітчизняним і зарубіжним зразкам, її конкурентоспроможність на світовому ринку, вдосконалення номенклатури виробів, підвищення рівня уніфікації, охорону навколишнього середовища і здоров'я людини.

*Кодекс усталеної практики* (звід правил) – це документ, що містить практичні правила чи процедури проектування, виготовлення, монтажу, технічного обслуговування, експлуатації обладнання, конструкції чи виробів. Як бачимо, кодекс усталеної практики не стосується безпосередньо продукції, а регламентує процес її виготовлення. Він може бути

Таблиця 2

### Групи чинників, які впливають на рівень якості продукції

Чинник	Складники чинників
<b>1. Технічні</b>	Конструкція; схемні рішення; технологія виготовлення; засоби технічного обслуговування і ремонту; технічний рівень бази проектування, виготовлення та експлуатації; система резервування тощо
<b>2. Організаційні</b>	Розподіл праці і спеціалізація; форми організації виробничих процесів; ритмічність виробництва; форми і методи контролю; форми і способи транспортування, зберігання, експлуатації (споживання), технічного обслуговування, ремонту та ін.
<b>3. Економічні</b>	Ціна; собівартість; форми і рівень зарплати; рівень затрат на технічне обслуговування і ремонт; ступінь підвищення продуктивності праці та ін.
<b>4. Суб'єктивні</b>	Професійна підготовка робітника; його фізіологічні та емоційні особливості

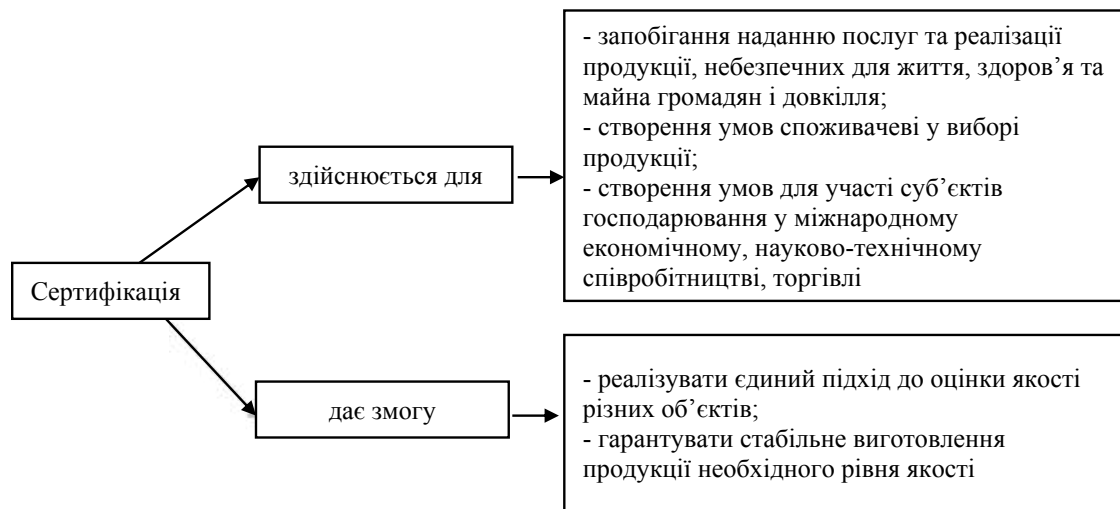


Рис. 3. Значення сертифікації в діяльності підприємства

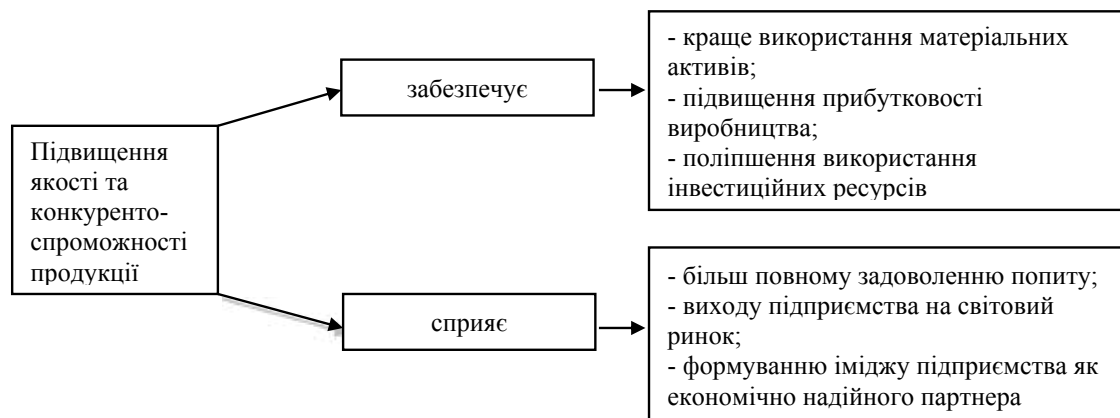


Рис. 4. Вплив підвищення якості та конкурентоспроможності продукції на діяльність підприємства

самостійним стандартом, або його частиною, або окремим документом.

*Технічні умови* – це нормативний документ, що встановлює технічні вимоги, яким повинні відповідати продукція, послуги чи процеси. Як і кодекс ustalenoї практики, він також може бути стандартом, його частиною або окремим документом.

*Сертифікація* – це процедура підтвердження відповідності, завдяки якій незалежна від виробника (продавця, виконавця) та споживача (покупця) організація документально засвідчує, що продукція відповідає встановленим вимогам.

Значення сертифікації в діяльності підприємства представлено на рис. 3.

Виходячи з усього вищесказаного, рівень конкурентоспроможності продукції справляє багатовекторний вплив на діяльність підприємства та його ринкову позицію (рис. 4).

**Висновки з цього дослідження.** Отже, провівши дослідження, вдалося краще зрозуміти поняття «конкурентоспроможність», визначити фактори, які впливають на неї. Одним із головних чинників підвищення конкурентоспроможності є забезпечення високого рівня якості продукції. А усі заходи, які пов'язанні зі стандартизацією і сертифікацією систем якості підприємств, дають змогу створювати конкурентоспроможне виробництво та ефективно реалізовувати конкурентоспроможну продукцію.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Малюта Л.Я. Забезпечення якості продукції – необхідна умова підвищення конкурентоспроможності підприємства та його продукції в сучасному ринковому просторі / Л.Я. Малюта // Економіка, фінанси, право. – 2008. – № 9. – С. 11–14.
2. Оберемчук В.Ф. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства: стратегічні аспекти : автореферат дис. ... д. е. н. : спец. 08.06.01 / В.Ф. Оберемчук. – К.: Київський нац. ек. ун-т, 1999. – 19 с.
3. Пономарьова О.С. Вплив якості продукції на конкурентоспроможність підприємства / О.С. Пономарьова // Економіка, фінанси, право. – 2009. – № 5. – С. 7–9.
4. Портер М. Стратегія конкуренції / М. Портер ; пер. з англ. – К. : Основи, 1998. – 390 с.
5. Стивенсон В.Дж. Управление производством / В.Дж. Стивенсон ; пер. с англ. под общ. ред. Ю.В. Шленова. – М. : БИНОМ, 1998. – 928 с.
6. Шершньова З.Є. Стратегічне управління : [підручник] / З.Є Шершньова ; 2-е вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.
7. Закон України «Про стандартизацію».