



Таким образом, выделены резервы снижения себестоимости, то есть основные направления, по которым менеджеры должны вести борьбу за уменьшение расходов на предприятии. К ним относятся: во-первых, повышение технического уровня производства (внедрение новой, прогрессивной технологии; механизация и автоматизация производственных процессов; изменение конструкции и технических характеристик изделий и т. д.); во-вторых, совершенствование организации производства и труда (специализация производства; совершенствование управления, повышение производительности труда); в-третьих, изменение объема и структуры продукции.

*Научн. рук. Мерхо А.*

**Литература:** 1. Ильин А. И. Экономика предприятия / А. И. Ильин. – Мн. : Новое знание, 2007. – 192 с. 2. Основы управления предприятием. Экономические механизмы управления предприятием / Г. И. Андреев и др. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 193 с. 3. Догиль Л. Ф. Управление хозяйственными рисками / Л. Ф. Догиль. – Мн. : Книжный дом ; Мисанта, 2005. – 299 с. 4. Журавлев П. В. Экономика предприятия и предпринимательской деятельности / П. В. Журавлев, С. А. Банников, Г. М. Черкашин. – М. : Экзамен, 2008. – 542 с. 5. Троцкий М. Управление проектами / М. Троцкий, Б. Груча, К. Огонек. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 255 с.

---

**Фам Тхань Хуень**

УДК 658.56

Студент 4 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

## **УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ЯК ФАКТОРОМ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ**

*Анотація. Розглянуто поняття "якість" як фактор конкурентоспроможності продукції та обґрунтовано її значення. Проаналізовано механізм управління якістю.*

*Аннотация. Рассмотрено понятие "качество" как фактор конкурентоспособности продукции и обосновано ее значение. Проанализирован механизм управления качеством.*

*Annotation. The article examined the concept of quality as a factor of competitiveness and proved its value. The mechanisms for quality management was analysed.*

*Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, якість продукції, механізм управління.*

З кожним роком усе складніше і складніше доводиться підприємствам вести боротьбу за своє існування і визнання серед споживачів. Для виживання і розвитку підприємствам в реальних умовах їм необхідно пристосовуватися до динамічно мінливих умов навколишнього середовища. Одним із найважливіших чинників зростання ефективності виробництва є поліпшення якості своєї продукції. Якість продукції є головною умовою "виживання" і ключем до успіху на ринку в умовах жорсткої конкуренції. Тому кожен керівник повинен відстежувати ситуацію в світі, бути в курсі всіх подій, передбачати смаки, думки і вимоги людей. Швидко змінюються уподобання і смаки людей, що змушує виробників шукати нові шляхи для створення досконалішого продукту. Підвищення якості продукції, що випускається розцінюється в даний час, як вирішальна умова її конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках [1].

Об'єктом дослідження є конкурентоспроможність продукції. Предметом виступає якість як фактор конкурентоспроможності продукції.

Дослідженню ефективності систем управління на підприємстві взагалі та зокрема системам управління якістю, проблемі визначення їх впливів на конкурентоспроможність займалися багато вітчизняних і зарубіжних науковців, серед яких такі: Е. Демінг, Дж. Джурана, Ф. Кросбі, К. Ісікава, Г. Тагучі, Ю. Адлер, С. Варакута, А. Гребінчиков, С. Парк, Ю. Полозов, І. Сахарцева та ін. [2]. Проте все ще недостатньо вирішеними проблемами залишаються питання щодо особливостей та механізму управління якістю на підприємстві. У зв'язку з цим потрібно вирішити такі завдання:

визначити поняття "якість продукції";

обґрунтувати її значення для конкурентоспроможності продукції підприємства;

встановити складові механізму управління якістю на підприємстві.

---

© Фам Тхань Хуень, 2014

Одним із головних завдань досягнення конкурентних переваг та визнання у споживачів є вдосконалення рівня контролю якості продукції. Проте перед тим як розглянути проблему управління якістю як фактором конкурентоспроможності продукції необхідно визначити поняття якості.

Відповідно до Міжнародного стандарту ISO 9000:2008, "якість" – це сукупність властивостей і характеристик продукції, які надають їй здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби.

Міжнародний стандарт визначає якість як сукупність характерних властивостей, форм, зовнішнього вигляду та умов застосування, якими повинні бути наділені товари для відповідності своєму призначенню. Усі ці елементи визначаються вимогами до якості, які втілені на етапі проектування в технічній характеристиці виробу, в конструкторській документації і технічних умовах, що передбачають якість сировини, конструктивні розміри, поєднання відтінків, глянець і т. д. [3].

При вимірі конкурентоспроможності продукції найчастіше розглядаються два показники, такі, як якість і ціна. У свою чергу, ціна продукції залежить від якості. Споживач більш вимогливий до рівня якості продукції, тому спостерігається тенденція, що спрямована на поліпшення якості виробленої продукції, – це і визначає конкурентоспроможність продукції.

У свою чергу, конкурентоспроможність продукції – це сукупність споживчих і вартісних характеристик виробленої продукції, що дозволяє їй витримати конкуренцію на конкретному ринку і в певному проміжку часу; сукупність якісних і вартісних характеристик товару, що забезпечують задоволення конкретної потреби покупця. Тому забезпечення рівня якості продукції та її управління є одними з головних завдань для виробника [4]. Для забезпечення рівня якості продукції необхідно мати певний механізм управління якістю.

Під управлінням якістю продукції розуміється встановлення, забезпечення і підтримка необхідного рівня якості не тільки на виробництві, але й при експлуатації чи споживання продукції. Головними об'єктами управління якістю є споживчі характеристики продукції, чинники та умови, що впливають на їх рівень, а також процеси формування якості продукції на різних стадіях її життєвого циклу. Суб'єктами управління є різні органи управління та окремі особи, що функціонують на різних рівнях управління і реалізують функції управління якістю відповідно до їх посадових функцій.

Механізм управління якістю продукції становить сукупність взаємопов'язаних об'єктів і суб'єктів управління, використовуваних принципів, методів і функцій управління на різних етапах життєвого циклу продукції та рівнях управління якістю. Він повинен забезпечувати ефективну реалізацію основних функцій управління якістю.

Для характеристики механізму управління якістю продукції доцільно виділити декілька підсистем, які характеризують процес управління більш детально. До його складу входять загальні, спеціальні і забезпечуючі підсистеми. До загальних підсистем механізму управління якістю продукції відносять підсистеми прогнозування і планування технічного рівня та якості продукції, регулювання якості продукції безпосередньо у виробництві, контролю якості продукції, обліку та аналізу зміни рівня якості, стимулювання і відповідальності за якість.

До складу спеціальних підсистем механізму управління якістю продукції входять підсистеми стандартизації, випробувань продукції, профілактики браку у виробництві, атестації та сертифікації.

Забезпечуючі підсистеми механізму управління якістю продукції включають у свій склад підсистеми правового, інформаційного, матеріально-технічного, метрологічного, кадрового, організаційного, технологічного та фінансового забезпечення управління якістю продукції.

Сутність будь-якого управління полягає у виробленні управлінських рішень і подальшої їх реалізації на певному об'єкті управління. При управлінні якістю продукції безпосередніми об'єктами управління, як правило, є процеси, від яких залежить якість продукції. Вони організуються і протікають як на довиробничий, так і на виробничий і післявиробничий стадіях життєвого циклу продукції.

Керуючі рішення виробляються на підставі зіставлення інформації про фактичний стан керованого процесу з його характеристиками, заданими програмою (прогнозом, планом) управління. Нормативну документацію, що регламентує значення параметрів або показників якості продукції (технічні завдання на розробку продукції, стандарти, стандарти, технічні умови, креслення, умови поставки), слід розглядати як важливу частину програми управління якістю продукції [5].

Таким чином, у зв'язку зі змінами ринкової економіки відбуваються і зміни в рівні потреб, що вимагають споживачі від виробників. Для того щоб мати конкурентні переваги, насамперед, необхідно мати конкурентоспроможну продукцію, яка б відрізнялась своєю якістю. Якість є одним із головних факторів при виборі продукції споживачами. Оскільки згідно з тлумаченням терміна за міжнародним стандартом, "якість" – це сукупність властивостей і характеристик продукції, які надають їй здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби, то для досягнення визначеного підприємством рівня якості необхідно мати чіткий механізм, який містить довиробничий, виробничий та післявиробничий етапи управління якістю, так як бажаний результат можна отримати тільки при комплексному управлінні. Слід також зазначити, що прийняття управлінських рішень стосовно подальшого рівня якості повинно бути сформовано на підставі фактичної інформації, яка на етапі виробництва або експлуатації містить данні про виконання плану і можливі відхилення від нього. Отже, слід зазначити, що основним завданням кожного підприємства має бути підвищення якості виробленої продукції.

*Наук. керівн. Мажник Л. О.*

**Література:** 1. Авдеенко Н. Н. Совершенствование системы качества предприятия – основа его конкурентоспособности [Электронный ресурс] / Н. Н. Авдеенко. – Режим доступа : [http://www.rae.ru/fs/?section=content&op=show\\_article&article\\_id=1711](http://www.rae.ru/fs/?section=content&op=show_article&article_id=1711). – Название с экрана. 2. Онофрійчук Д. Д. Управління якістю



продукції як один із елементів підвищення конкурентоспроможності підприємства / Хмельницький національний університет, м. Хмельницький, Україна [Електронний ресурс] / Д. Д. Онофрійчук, М. В. Желіховська. – Режим доступу : <http://worldukraine.abwo.biz/?p=1490>. – Назва з екрану. 3. Термины согласно ГОСТ Р ИСО 9000-2008 "Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.kstu.ru/servlet/contentblob?id=21241>. – Название с экрана. 4. Конкурентоспособность продукции [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.znaytovar.ru/s/Konkurentosposobnost-produkci.html>. – Название с экрана. 5. Ребрин Ю. И. Управление качеством : учебн. пособ. [Электронный ресурс] / Ю. И. Ребрин. – Таганрог : Изд. ТРТУ, 2004. – 174 с. – Режим доступа : <http://www.aup.ru/books/m93/>. – Название с экрана. 6. Управление качеством и конкурентоспособность продукции [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=462916>. – Название с экрана.

---

**Шинкаренко А. Д.**

УДК 658.8

Студент 4 курсу

факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

## **ОСОБЛИВОСТІ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

*Анотація. Розглянуто поняття збуту продукції, описано його роль у діяльності виробничого підприємства. Визначено особливості збуту продукції, шляхи його вдосконалення та розвитку.*

*Аннотация. Рассмотрено понятие сбыта продукции, описана его роль в деятельности производственного предприятия. Определены особенности сбыта продукции, пути его совершенствования и развития.*

*Annotation. The article reviews the concept of product marketing, describes its role in the production plant operations. The features of the marketing of products, ways of its improvement and development are identified.*

*Ключові слова: збут, продукція, управління збутом, підприємство, прибуток, споживач.*

Розвиток економіки приводить до того, що підприємства й організації вимушені постійно еволюціонувати, щоб не залишитися позаду конкурентів. Через насичення ринків товарами компаніям доводиться сперечатися за покупців. Це приводить до розуміння виняткової ролі збуту в їх діяльності. Продукція або послуга, вироблена підприємством, повинна бути продана оптимальним чином.

Саме тому система збуту є центральною у системі економічної стійкості роботи підприємства. У процесі збуту готової продукції з'ясується, наскільки точними і вдалимими були всі використані концепції і стратегії з просування товару на ринок. І якщо все виявилось так, як і було задумано, покупець обов'язково помітить товар і прибуток не змусить себе чекати.

У сучасних умовах збутова діяльність є важливою сферою функціонування промислового підприємства. Збут продукції для підприємства важливий з такої причини: обсяг збуту визначає інші показники підприємства, такі, як величина доходів, прибуток, рівень рентабельності. Крім того, від збуту залежить виробництво і матеріально-технічне забезпечення. Таким чином, у процесі збуту остаточно визначається результат роботи підприємства, спрямований на розширення обсягів діяльності та отримання максимального прибутку [1].

Вивченням та розглядом проблем збутової діяльності займалися такі вчені, як: Давидов Л. О., Фальцман В. К., Баркан Д. І., Наумов В. М., Д. Ланкастер, Гавриленко М. І. [2 – 6].

Метою даної статті є обґрунтування особливостей, які впливають на збутову діяльність та визначення їх ролі в діяльності промислового підприємства.

Провівши аналіз спеціальної літератури, можна помітити, що поняття "збут продукції" трактується вченими по-різному. Давидов Л. О. і Фальцман В. К. у своїй роботі [2] характеризують збут як перетворення виробничих товарів та послуг у гроші. На думку Баркана Д. І., збут – це сфера діяльності підприємства, спрямована на реалізацію продукції на певних ринках [3]. Наумов В. М. зазначає, що під збутом розуміється сукупність заходів, які проводяться після виходу продукції за межі території виробника [4].

Згідно з термінологією французьких економістів, збут продукції визначається ланцюжком, котрий зв'язує виробника та споживача через деякі ланки. До них можуть відноситися торгові посередники,

---

© Шинкаренко А. Д., 2014