

Людмила О. Зайцева

## ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ – НЕОБХІДНА ПЕРЕДУМОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*У статті обґрунтовано доцільність створення та впровадження ефективної системи управління якістю продукції на підприємствах легкої промисловості. Визначено залежність конкурентоспроможності підприємства від якості продукції. Висвітлено найбільш дієві інструменти системи управління якістю.*

*Ключові слова:* якість продукції; система управління якістю; сертифікація; стандартизація; підприємства легкої промисловості.

*Літ. 10.*

Людмила А. Зайцева

## КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ – НЕОБХОДИМАЯ ПРЕДПОСЫЛКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*В статье обоснована целесообразность создания и внедрения эффективной системы управления качеством продукции на предприятиях легкой промышленности. Определена зависимость конкурентоспособности предприятия от качества продукции. Выделены наиболее действенные инструменты системы управления качеством.*

*Ключевые слова:* качество продукции; система управления качеством; сертификация; стандартизация; предприятия легкой промышленности.

Lyudmyla A. Zaitseva<sup>1</sup>

## PRODUCT QUALITY AS A NECESSARY PREREQUISITE FOR ENTERPRISE COMPETITIVENESS

*The article argues for the need to create and implement the efficient system of product quality management at the enterprises of light industry. The dependence between enterprise competitiveness and product quality is established. The most efficient tools within the system of quality management are presented.*

*Keywords:* product quality; quality management system; certification; standardization; enterprises of light industry.

**Постановка проблеми.** В умовах глобалізації ринків якість продукції і послуг виступає не лише складовою конкурентоспроможності виробника, вона є необхідною передумовою функціонування підприємств та цілих країн. Головною орієнтацією, за таких умов, має стати спрямування до постійної адаптації та вдосконалення сучасних методів і моделей управління якістю продукції з тим, щоб якнайкраще забезпечити показники конкурентоспроможності підприємства стосовно інших суб'єктів господарювання.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми управління якістю продукції та їх вплив на конкурентоспроможність підприємств розглядаються в наукових працях наступних дослідників: Т.К. Вознюк [2], С.В. Ковальчук [4], О.В. Кошонько [5], Т.О. Кузьміна [6], В.В. Чаварга [10].

**Невирішені раніше частини загальної проблеми.** Аналіз проведених досліджень виявив стратегічне значення застосування систем якості для підприємств легкої промисловості, оскільки ефективність їх використання впливає як на економічний розвиток країни, так і на життя й здоров'я населення.

<sup>1</sup> Lugansk National Taras Shevchenko University, Ukraine.

Проте питання впровадження інструментів систем управління якістю на підприємствах легкої промисловості потребує більш детального розгляду.

**Метою дослідження** є розкриття необхідності здійснення постійного контролю за якістю виробленої продукції як необхідної умови формування і забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

**Основні результати дослідження.** Успіх діяльності кожного підприємства-товаровиробника оцінюється рівнем ефективності виробництва, тобто, ступенем задоволення потреб суспільства за найменших витрат з обох боків. Визначальною характеристикою суспільних потреб є якість продукції, яку воно виробляє. Саме якість продукції в умовах конкуренції є головним стимулом привернення уваги споживача [2, 17]. Якість – запорука успішної діяльності та процвітання будь-якого підприємства, а особливо підприємств легкої промисловості [10, 198].

Обираючи для себе одяг, кожен з нас висуває до нього певні вимоги та визначає критерії, якими і керується при наданні переваги тому чи іншому виробу. Найчастіше це практичність та зручність у використанні, відповідність модним тенденціям, якість та ціна. Отже, перед споживачем постає досить складний вибір, яка властивість одягу має бути пріоритетною при здійсненні покупки.

На сьогодні пропозицій на ринку одягу є більш ніж достатньою. Але це тільки на перший погляд. Вибір конкретного виробу зіштовхується з низкою проблем. Перш за все, це проблема якості: неприємна на дотик та неякісна тканина, недбалий пошив. Така ситуація виникає через те, що частка імпортного товару на ринку України складає понад 90%. Значна частина імпорту є неякісною підрубкою відомих брендів. Дані про звертання громадян до місцевих Управлінь у справах захисту прав споживачів свідчать, що товари легкої промисловості є об'єктами майже 50% претензій. Найбільша кількість скарг по непродовольчим товарам стосується продажу неякісного взуття (33% від загальної кількості скарг), одягу й білизни (8%). Це також підтверджується даними вибіркового перевірок, під час яких бракується 50% тканин, 13% швейних виробів, 31,4% білизняного трикотажу та 15,5% верхнього трикотажу [6].

Дуже часто виникає ситуація, коли якість нібито влаштовує, виріб пасує та відповідає сучасній моді, але ціна є невиправдано високою. На сьогодні важко зрозуміти, звідки беруться такі ціни. Не виникає сумніву, що торговці одягом користуються ситуацією, яка склалася на ринку легкої промисловості України і встановлюють невиправдано високі ціни на імпортний одяг. У той час як українські швейні фабрики експортують одяг замовникам з Німеччини, Італії, Бельгії, Словаччини, Данії, Швеції, Великої Британії та інших країн [10, 198].

Отже, підприємствам легкої промисловості, щоб досягти лідируючих позицій у своїй галузі виробництва, треба здійснювати постійну турботу про якість вироблених товарів. Контроль якості, в зв'язку з цим, стає обов'язковим елементом їх ефективного менеджменту.

У сучасних умовах підприємство може забезпечити конкурентоспроможність продукції, якщо якість його товарів співпадає або перевищує очікування споживачів. Також слід враховувати, що сьогодні утримання існуючих покуп-

ців більш пріоритетне завдання, ніж залучення нових. Тому комерційні служби підприємства повинні постійно контролювати рівень задоволення споживачів, прогнозувати та попереджати можливі втрати постійних клієнтів, звертаючи особливу увагу на вік споживачів та їх доходи. Слід враховувати, що «відтік» покупців на споживчому ринку відбувається під впливом негативного враження, одержаного від попередніх покупок, а також під дією ефекту «анти-реклами» [3, 6].

Кращим способом досягнення цієї мети є створення та впровадження ефективної системи управління якістю продукції на підприємствах легкої промисловості. Дана система масово й ефективно функціонує в розвинених країнах при невеликих матеріальних витратах, дає значний результат для підприємства, акумулюючи його зусилля на подальшому розвитку [5, 18].

Створення системи управління якістю (СУЯ), яка в першу чергу орієнтована на задоволення потреб споживачів, у наш час є необхідним кроком для тих промислових підприємств, які поставили перед собою завдання вийти на світові ринки і встановити довгострокові відносини із закордонними партнерами. Для багатьох українських підприємств створення системи управління якістю асоціюється з її сертифікацією за вимогами міжнародних стандартів [5, 19].

Отже, одними з найбільш дієвих інструментів системи (СУЯ), стосовно гарантування якості вважається стандартизація та сертифікація продукції.

Кожний вид продукції, яке те чи інше підприємство хоче вигідно продати на внутрішньому чи світовому ринках, мусить бути сертифікованим, тобто мати документ, що засвідчує високий рівень його якості, відповідність вимогам міжнародних стандартів ISO серії 9000 [2, 18].

Слід зауважити, що сертифікація на мікрорівні дає змогу підтвердити якість виготовленої продукції перед споживачами та підвищити її конкурентоспроможність, а на макрорівні – сприяє захисту вітчизняних виробників та запобігає проникненню на внутрішній ринок небезпечної продукції, у тому числі низької якості.

Стандартизація створює сприятливі умови для торгівлі за рахунок єдиних підходів до якості продукції, її взаємозамінності, технічної сумісності, безпеки й охорони навколишнього середовища, що пов'язано з розробкою міжнародних стандартів. Стандартизація супроводжує продукт протягом життєвого циклу і є нетарифною формою регулювання торгівлі [7].

З метою координації дій, спрямованих на якнайширше залучення представників промисловості, громадськості, урядових і наукових організацій до вирішення проблем підвищення якості і конкурентоспроможності вітчизняних товарів, робіт та послуг протягом останніх років урядом було прийнято низку нормативних актів. Головними серед них стали: Концепція державної політики у сфері управління якістю [1], національні міжнародні стандарти ISO 9000 версії 2000 р., ISO серії 14000 та створені інститут якості у складі Українського науково-дослідного і навчального центру проблем стандартизації, сертифікації та якості (ДП «УкрНДНЦ»), мережі консультаційних пунктів з питань якості, навчання і підвищення кваліфікації фахівців [4, 60].

Стандарти ISO серії 9000 спрямовані на досягнення одного з головних завдань підприємства в ринкових умовах господарювання – задоволення по-

треб споживачів. Для підприємства важливо проводити дослідження таких потреб та визначити області покращення якості продукції та послуг.

Відповідно до визначення поняття «якість продукції», сформульованого Європейською організацією з контролю якості, продукція вважається хорошою якості, якщо за мінімальних витрат протягом усього її життєвого циклу вона максимально сприяє здоров'ю та задоволенню потреб людей, залучених до її проектування і відновлення (повторного використання) за умови мінімальних витрат енергії та інших ресурсів і при допустимій, прийнятній дії на навколишнє середовище і суспільство [4, 61].

Тому для представлення споживачеві якісної та конкурентоспроможної продукції виробнику необхідно забезпечити якість на всіх стадіях її «життєвого циклу». У відповідності до вимог міжнародного стандарту ISO серії 9000 «життєвий цикл» продукції складається з 11 етапів: маркетинг; проектування та розробка технічних вимог, розробка продукції; матеріально-технічне забезпечення; підготовка та розробка технічних процесів; виробництво; контроль, проведення випробувань та досліджень, упаковка та зберігання, реалізація та розподіл продукції; монтаж та експлуатація; технічна допомога в обслуговуванні; утилізація після використання [4, 61].

На жаль, в Україні широко розповсюджена фальсифікація продукції, зокрема, у вигляді контрафакції – використання відомої торгової марки, бренда. Також трапляються випадки невідповідності продукції її маркуванню та повної або часткової відсутності маркування на виробках. Це суперечить не тільки вимогам нормативної документації України, а й основним директивам ЄС про вимоги до маркування продукції, які регламентують обов'язкове введення на маркуванні піктограм із зображенням виду застосованих матеріалів, способів догляду за виробом, його розмірів, найменування підприємства виробника торгової марки тощо [9, 134].

Таким чином, вирішення проблеми підвищення якості життя всіх категорій населення пов'язане зі збільшенням на споживчому ринку пропозиції якісної продукції легкої промисловості на основі:

- підвищення ефективності контролю за дотриманням законодавства в галузі технічних стандартів і технічних умов як для ввезених, так і вироблених на території України товарів, а також за нелегальним ввезенням і випуском фальсифікованої й контрафактної продукції;

- збільшення пропозиції на ринку конкурентоспроможної продукції вітчизняного виробництва на базі підвищення її якості, розширення асортименту, впровадження сучасного дизайну й формування привабливого іміджу товаровиробників [6].

Першорядне значення в системі комплексного управління якістю на підприємстві набуває відділ маркетингу, який представляє його інтереси у взаєминах зі споживачем. Відділ маркетингу безпосередньо несе відповідальність за підготовку плану розробки нової продукції; уточнює поточні та перспективні потреби у виробництві продукції, що користується попитом та наданні послуг на різних ринках; визначає вимоги споживачів до технічних характеристик, номенклатури, обсягу, вартості продукції та інших умов постачання (продажу); інформує керівництво та всі зацікавлені підрозділи про

вимоги споживачів та умови ринку, а також про потенційних конкурентів [2, 19].

**Висновки.** Однак для підвищення якості продукції на підприємстві, роботи відділу маркетингу недостатньо. Ідея поліпшення якості повинна бути доведена до кожного працівника підприємства. Нагальною потребою є розробка і використання різноманітних форм і методів дієвого соціально-економічного впливу на всю низку процесів формування і забезпечення виробництва високоякісною і конкурентоспроможною продукцією. Формами і методами економічного впливу на ці процеси є, перш за все, узгоджена система прогнозування і планування якості продукції, встановлення прийнятних для виробників і споживачів цін на продукцію, достатньо потужна мотивація праці усіх категорій працівників підприємства.

1. Про затвердження Концепції державної політики у сфері управління якістю продукції товарів, робіт, послуг): Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.08.2002 №447-р // zakon.rada.gov.ua.

2. *Вознюк Т.К.* Підвищення управління якістю продукції підприємств легкої промисловості // Вісник Хмельницького національного університету.— 2011.— №2, Т. 3. — С. 17–19.

3. *Джєрєлюк Ю.О.* Управління якістю продукції та витратами на її забезпечення (на прикладі текстильних підприємств): Автореф. дис... канд. екон. наук: спец. 08.06.01 — «Економіка підприємства і організація виробництва». — Хмельницький, 2002. — 19 с.

4. *Ковальчук С.В.* Підвищення якості продукції в контексті маркетингової логістики // Вісник Хмельницького національного університету.— 2010.— №2, Т. 2. — С. 60–63.

5. *Кошонько О.В.* Проблеми оцінки та сертифікації систем управління якістю промислових підприємств // Вісник Хмельницького національного університету.— 2009.— №1. — С. 18–23.

6. *Кузьміна Т.О.* Підвищення ефективності менеджменту якості в легкій промисловості України // www.viem.edu.ua.

7. *Левкуліч В.В.* Зовнішні та внутрішні фактори впливу на забезпечення та покращення якості продукції // Науковий вісник Ужгородського університету.— Серія Економіка.— 2012.— Вип. 2(36). — С. 187–193.

8. *Лейзин А.Б.* Інструменти формування конкурентоспособности продукции легкой промышленности путем выработки конкурентных преимуществ: Автореф. дис... канд. екон. наук: спец. 08.00.05 — «Экономика и управление народным хозяйством». — СПб, 2010. — 16 с.

9. Сертифікація продукції легкої промисловості дитячого асортименту в Україні // Товари і ринки.— 2009.— №1. — С. 131–136.

10. *Чаварга В.В.* Вдосконалення процесу управління витратами, пов'язаними з покращенням якості продукції легкої промисловості на основі функціонально-вартісного аналізу // Науковий вісник Ужгородського університету.— 2011.— Вип. 33, Ч. 3. — С. 198–202.

Стаття надійшла до редакції 20.02.2014.