

УДК: 338.

Л.В. Хомченко

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА ШЛЯХОМ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ

У статті досліджено вплив підвищення якості продукції підприємства на подолання основних конкурентів і оптимізацію своєї конкурентної позиції на ринку. Визначено, що якість товару — основний важіль забезпечення його конкурентоспроможності в сучасних умовах господарювання.

This article deals with the influence of product quality improvement on overcoming the principle competitors and optimization of market position. It was determined that the product quality is the main lever to ensure its competitiveness in the contemporary economy.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність продукції, конкурентоспроможність підприємства, якість.

Характерна особливість ринкової економіки полягає в тому, що в процесі управління господарською діяльністю менеджером підприємств доводиться виконувати не окремі завдання, а взаємопов'язані комплекси складних ринково-комерційних та виробничо-технологічних завдань. На нашу думку, однією з головних причин кризових явищ, які спостерігаються сьогодні в Україні, є низький рівень конкурентоспроможності продукції вітчизняних товаровиробників. В економіці розвинутих країн суперництво між підприємствами перетворюється в боротьбу будь-якими засобами. Конкуруючи на ринку, великі фірми змушені шукати науково-технічні нововведення, впроваджувати їх у виробництво. В Україні управління якістю необхідно вивчати не тільки з позиції підвищення конкурентоспроможності вітчизняного товаровиробника, але також і з погля-

ду освоєння єдиних підходів в умовах становлення глобальних міжнародних ринків та знищення торгових бар'єрів в умовах СОТ.

У сучасній економічній літературі є багато досліджень конкурентоспроможності підприємств на ринку. Методика оцінювання конкурентоспроможності продукції викладається у різних працях провідних зарубіжних і вітчизняних економістів, серед яких М. Портер, Д. Фокс, Р. Грегорі, Р. Фатхудінов, І. Бойчик, І. Должанський, Т. Загорна та ін. Великий внесок у розробку теорії і практики систем управління якістю внесли як вітчизняні вчені та практики, так і закордонні. Серед них можна виділити дослідження Бадалова Л., Венецького І., Демінга Е., Довжина А., Кремнева Г., Круглова М., Окрепілова В., Пономарьова О., Шухарта У., Фейгенбаума А. Але незважаючи на значний внесок, теоретичні проблеми якості в аспекті досягнення конкурентоспроможності підприємства ще й досі залишаються недостатньо вивченими.

Метою цієї публікації є дослідження теоретичних та методичних основ управління якістю продукції як запорукою підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Сучасні підприємства перебувають у неперервному пошуці способів протидії конкурентам і пристосуванні до умов зовнішнього середовища. За таких обставин актуальним є розв'язання питання щодо зменшення ризику від виробничої діяльності та підвищення конкурентоздатності на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Конкуренція, зазвичай, характеризується високим рівнем суперництва: що менше залишається конкурентів, то більший вигаш у формі перерозподілу ринку збуту отримують суперники [6]. Конкурентоспроможність являє собою складну економічну категорію, яка характеризує здатність об'єкта витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами на даному ринку [5]. Відносно до конкретного підприємства конкурентоспроможність можна розглядати як здатність підприємства досягати встановлених цілей розвитку в умовах протидії конкурентів, вести з ними успішну боротьбу за ринки збуту товарів і послуг.

Випуск конкурентоспроможної продукції – головна вимога ринкової економіки. Якість продукції, включаючи новизну, технічний рівень виконання, відсутність дефектів, надійність в експлуатації, є ключовим чинником утримання позицій на ринку, забезпечення максимального рівня продажу виробів. Основними напрямками підвищення якості можуть бути:

- детально розроблені підходи до вивчення потреб ринку;
- доскональна розробка проектів;
- якість має стати принципом роботи всіх структурних підрозділів;
- система управління якістю повинна бути спрямована на запобігання дефектам і помилкам, а не на перевірку їх наявності;
- поліпшення рівня кваліфікації промислового персоналу.

Слід зазначити, що історія розвитку якості почалася одночасно з виникненням масового виробництва товарів і послуг. У середні віки за кінцевий результат відповідав майстер цеху. У ХХ ст. довгий час за якість відповідали контролери з якості, потім відділи якості, потім так звані служби якості (об'єднання відділу іспитів, лабораторій аналізу відмов, груп розробки відповідних методик, розрахунку надійності і таке ін.).

Нині для утримання конкурентоздатності питаннями якості на своєму рівні повинні займатися усі учасники процесу створення продукції.

Як самостійний науковий напрям, управлінська діяльність (зокрема, у промисловості) сформувалася лише наприкінці XIX – початку XX ст. завдяки напрацюванням Ф. Тейлора [7]. Спочатку управління якістю являло собою окремі елементи, що були частиною виробничого менеджменту (приблизно 1900 – 1920 рр.). Потім із метою більш ефективного розв'язання проблем якості з'явився відособлений напрям менеджменту – «контроль якості», який довгий час розглядався як інженерно-технічна проблема контролю готової продукції (приблизно 1920–1960 рр.).

Приблизно з 1960 р. якість продукції, процесів, діяльності в розвинутих країнах почала визначатися відповідно до ринкових умов на основі можливостей підприємств при підтримці вищого керівництва (рівень розвитку «забезпечення якості»). На цьому етапі великий внесок у розвиток проблеми якості внесли вчені США Е. Демінг, Дж. Джуран, А. Фейгенбаум, японські вчені К. Ісікава, Г. Тагуті та ін. [4; 5]. Подальший аналіз етапів розвитку менеджменту якості дозволяє зробити висновок, що домінантним підходом до управління сучасними організаціями є підхід, що базується на застосуванні філософії TQM. У науковій літературі висвітленню даного питання приділяється багато уваги, особливо останнім часом [8].

Всеохопний менеджмент якості (Total Quality Management – TQM) – це концепція, яка передбачає загальне, цілеспрямоване та добре скоординоване застосування систем і методів управління якістю в усіх сферах діяльності – від досліджень до після-продажного обслуговування – за участі керівництва та співробітників усіх рівнів та за умов раціонального використання технічних можливостей. З огляду на складність перекладу даного терміна на українську мову, що викликано можливістю двозначних трактувань, надалі під час розгляду матеріалу теми буде використовуватися аббревіатура з англійської мови – TQM.

Метою TQM є досягнення довгострокового успіху шляхом максимального задоволення запитів усіх людей або груп, зацікавлених у діяльності компанії, – «зацікавлених сторін». До них належать споживачі, власники, робітники, постачальники та суспільство, але й ряді випадків можуть належати й інші сторони.

Завданнями TQM є постійне поліпшення якості шляхом регулярного аналізу результатів та коригування діяльності, прагнення до повної відсутності дефектів та зниження невиробничих витрат, забезпечення конкурентоспроможності та завоювання довіри всіх зацікавлених груп за рахунок використання передових технологій, гнучкості, своєчасних поставок, енергії колективу [1].

Є фундаментальні 12 принципів, на яких ґрунтується TQM. До них належать такі:

1) орієнтація всієї діяльності організації на споживачів, від задоволення вимог і сподівань яких залежить її успіх у ринковій економіці;

2) погляд на виробничі відносини між працівниками як на відносини споживача з постачальником;

- 3) безперервне удосконалення виробництва і діяльності у сфері якості;
- 4) комплексне і системне виконання завдань забезпечення якості на всіх стадіях її життєвого циклу;
- 5) перенесення головних зусиль у сфері якості в бік людських ресурсів (акцент на ставлення працівників до справи, на культуру виробництва, на стиль керівництва);
- 6) участь усього без винятку персоналу в розв'язанні проблем якості (якість — справа кожного);
- 7) безперервне підвищення компетентності працівників організації;
- 8) концентрація уваги не на виявленні, а на попередженні невідповідностей;
- 9) ставлення до забезпечення якості як до безперервного процесу, коли якість об'єкта на кінцевому етапі є наслідком досягнення якості на всіх попередніх етапах;
- 10) оптимізація співвідношення у тріаді «якість — витрати — час»;
- 11) забезпечення достовірності даних про якість за рахунок використання статистичних методів;
- 12) безперервне поліпшення якості (концепції Джурана тощо).

Ці принципи визначають ідейний зміст філософії TQM, яка подає якість як основний критерій оцінювання роботи організації, трактує її у широкому економічному і соціально-психологічному розумінні, руйнує тезу про неминучість протиріччя між виробником і споживачем [2].

Цикл управління в організації, що працює за принципами TQM, являє собою цикл безперервного поліпшення всіх показників діяльності та включає три ключові аспекти:

- 1) планування вдосконалення (аналіз потреб споживачів, суспільства, співробітників та організацій, що постійно змінюються; аналіз внутрішніх можливостей організації з поліпшення якості; розрахунок перспективних витрат на якість);
- 2) реалізація вдосконалення (визначення пріоритетів серед процесів, що піддаються коригувальним діям; створення команди з удосконалення процесу; уточнення завдань; збирання даних; причинно-наслідковий аналіз; планування та впровадження рішень, документування; оцінка результатів; стандартизація);
- 3) самооцінювання (національні та міжнародні премії з якості; внутрішньофірмова система балів).

При цьому доцільно зауважити, що у сучасних умовах існують два напрями розвитку систем управління якістю: на основі стандартів та на основі принципів TQM [3]. Різниця між цими підходами полягає у тому, що стандарти відображають вже досягнутий певною кількістю підприємств рівень якості, на який повинні орієнтуватися інші. Недолік цього підходу виявляється при оцінюванні нових рівнів, які є вищими за прийнятні стандарти. У цьому випадку використовують підхід на основі принципів TQM. Тоді загальне управління якістю, на думку автора, доцільно визначити як концепцію, яка передбачає комплексне, цілеспрямоване і координоване застосування систем і методів управління якістю в усіх сферах діяльності підприємства за участю менеджерів і службовців за умови ефективного використання можливостей.

Узагальнення різних підходів до розуміння концепції TQM, порівняльну характеристику традиційних принципів управління та принципів управління в системі TQM можна подати у вигляді таблиці 1.

Таблиця 1

Відмінності основних принципів традиційної системи управління та системи TQM [8]

Традиційні принципи управління	Принципи системи TQM
Задоволення потреб замовника	Задоволення потреб споживача, суспільства й співробітників організації
Планування, забезпечення й контроль поліпшення якості продукції	Планування, забезпечення й контроль поліпшення якості всіх процесів і систем
Розробка переважно коригувальних дій	Розробка переважно попереджувальних дій
Навчання управлінню якістю тільки співробітників відділу контролю якості	Навчання управлінню якістю всього персоналу
Покладення функцій забезпечення якості на відділ контролю якості	Покладення функцій управління якістю на всіх співробітників
Вирішення в напрямі якості тільки «гарячих» питань і завдань сьогодення	Регулярне виявлення й розв'язання в напрямі якості хронічних проблем
Виконання кожним автономно поставленого завдання	Координація та взаємодія діяльності всіх співробітників у сфері якості

Підводячи підсумок, необхідно зазначити, що питання забезпечення, підтримання та підвищення якості та конкурентоспроможності обов'язково необхідно розглядати у взаємозв'язку, орієнтуючись на ті підходи та концепції, що домінують як в межах країни, так і на рівні компанії. Механізм впливу держави на процеси підвищення якості можна зобразити у вигляді схеми, зображеної на рис. 1. Якість створюється у конкретних організаціях, і процес її забезпечення у кожній бізнесовій організації починається зі свідомості співробітників і чіткого розуміння ними тих цілей, що є пріоритетними для компанії. А визначення пріоритетності цілей компанії здійснюється на основі концепції державної політики і тих пріоритетів, які чітко сформульовані і проголошені на рівні держави у вигляді національної політики у галузі якості.

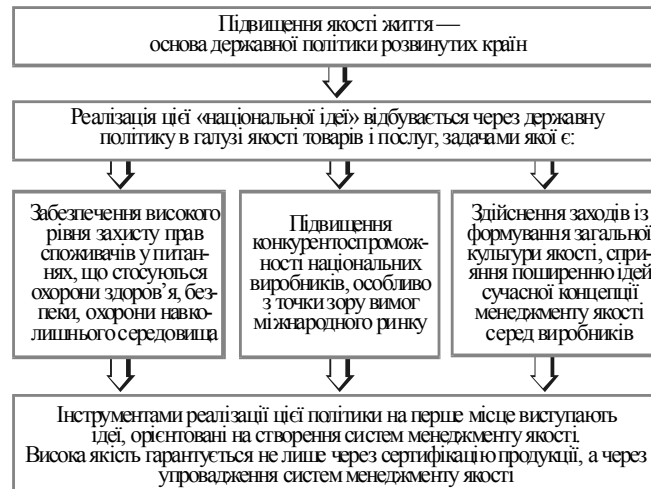


Рис. 1. Значення управління якістю в системі менеджменту [1]

У сфері бізнесових організацій ідея підвищення якості і конкурентоспроможності може бути реалізована відповідно до базових орієнтирів та цілей за трьома ієрархічними рівнями [4]:

- на рівні організації: наміри, напрями, цілі діяльності стосовно якості, офіційно сформульовані та задекларовані вищим керівництвом організації у політиці якості;
- на рівні підрозділів: завдання, ресурси, критерії оцінювання діяльності, пов'язані із забезпеченням якості груп процесів, спрямованих на створення конкретної продукції;
- на рівні персоналу: відповідальність, повноваження, відносини виконавців усіх рівнів щодо питань якості.

Отже, можемо зробити висновок, що підвищення якості та конкурентоспроможності продукції забезпечує краще використання матеріальних активів; зростання прибутковості виробництва; покращення застосування інвестиційних ресурсів, а також сприяє більш повному задоволенню попиту; виходу підприємства на світовий ринок; формуванню іміджу підприємства як економічно надійного партнера. Тільки постійно підвищуючи якість продукції, додаючи їй нові, необхідні, з урахуванням зміни кон'юнктури ринку властивості й характеристики та забезпечуючи одночасно зниження витрат на виробництво, можна сподіватися на одержання максимального прибутку й утримання панівних позицій на ринку.

1. Л.Е. Басовский, В.Б. Протасьев Управление качеством: учебник для студ. вузов / Л.Е. Басовський. — М.: Инфра-М, 2010. — 212 с.; 2. Богатырев А.А. Стандартизация статистических методов управления качеством / А.А. Богатырев, Ю.Д. Филиппов. — М.: Изд-во стандартов, 2009. — 120 с.; 3. Ильенкова С.Д. Управление качеством: учебник для студ. вузов / С.Д. Ильенкова. — М.: ЮНИТИ, 2009. — 334 с.; 4. Мазур И.И. Управление качеством: учеб. пособие для вузов по специальности «Упр. качеством» / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро. — М.: Омега-Л, 2006. — 400 с.; 5. Портер М.Е. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Е. Портер; пер. с англ. Е. Калининой; науч. ред. О. Нижельская. — [2-е изд.]. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. — 715 с.; 6. Савчук С.И. Осно-

вы теории конкурентоспособности / С.И. Савчук; Ин-т проблем рынка и экон.-эколог. исслед. — Мариуполь: Рената, 2009. — 520 с.; 7. Шаповал М.І. Менеджмент якості: підручник / М.І. Шаповал. — [3-тє вид., випр. і доп]. — К. : Знання, 2007. — 471 с.; 8. TQM-XXI. Проблемы, опыт, перспективы / под ред. В.Л. Рождественского и В.А. Качалова. — М.: ИздАТ, 2009 — Вып. 3. — 176 с.