

ЯКІСТЬ ТОВАРУ ЯК ГОЛОВНИЙ ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ

В статті розглянуто якість вітчизняних продовольчих товарів як основний чинник підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств харчової промисловості в умовах ринкової економіки, підкреслено необхідність розвитку національної системи стандартизації.

Ключові слова: конкурентоспроможність, якість продукції, інтереси споживача, інтереси виробника, стандартизація та сертифікація продукції, інвестиційна діяльність, стратегія підвищення конкурентоспроможності.

Постановка проблеми. У зв'язку з подоланням економічної кризи, що склалася в державі, найважливішим завданням діяльності підприємства має бути постійний, ретельний аналіз дослідження конкурентоспроможності та виявлення її пріоритетних чинників на всіх товарних ринках, а зокрема продукції продовольчого комплексу. Відомо, що в першу чергу, за рівнем якості продукції, яка випускається, визначається конкурентоспроможність підприємства в цілому. Саме тому дослідження даного питання набуває особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанню щодо факторів впливу на конкурентоспроможність продукції підприємств продовольчого комплексу присвячено багато досліджень науковців, практиків. Так, необхідність дослідження даного питання висвітлили Б.М.Данилишин, Л.В.Дейнеко, А.О.Коваленко, П.І.Коренюк, Е.І.Шелудько, Ю.М.Хвесик та багато інших. Вивчення наукових праць та публікацій, аналіз стану та тенденцій розвитку підприємств, поведінки споживачів на ринку дозволяє зробити висновок про те, що якість все ж таки є головним чинником забезпечення підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції. Незважаючи на значну кількість проведених наукових досліджень, що висвітлюють проблемні аспекти розвитку ринку продовольчих товарів та конкурентоспроможності продовольчих товарів, виникає ряд питань, які потребують ретельнішого вивчення. Зокрема, існують певні труднощі, пов'язані з формуванням належного рівня якості і тому підкреслюють актуальність зазначеної проблематики.

Метою статті є дослідження якості продукції як одного з пріоритетних чинників конкурентоспроможності підприємств продовольчого комплексу.

Виклад основного матеріалу. Здоров'я і безпека населення значною мірою залежить від харчування. Харчування забезпечує ріст і розвиток організму людини, створює умови для його адаптації до навколишнього середовища.

В цілому, під конкурентоспроможністю продукції розуміють: – рівень економічних, технічних та експлуатаційних характеристик продукції, що дозволяє отримати переваги у порівнянні з іншою аналогічною продукцією на ринку; – узагальнену більш високу порівняльну характеристику продукції, що містить комплексну оцінку всієї сукупності виробничих, комерційних, організаційних і економічних показників щодо виявлених вимог ринку чи властивостей продукції.

Основними складовими поняття «конкурентоспроможність товару» виступає якість товару та його ціна. Під якістю слід розуміти сукупність споживчих властивостей і характеристик товару, які надають йому здатності задовольняти обумовлені потреби. Ціна товару, що впливає на його конкурентоспроможність, має вмещувати ціну реалізації та ціну експлуатації товару за весь строк його служби споживачу. Таким чином, найбільш «конкурентоспроможним» є не той товар, за який просять мінімальну ціну, а той, у якого сукупні витрати із задоволенням потреб, що забезпечуються цим товаром, будуть меншими [5].

Якість продукції визначається тим її вирішальним значенням, яке вона має для споживача та її виробника: якість та ефективність виробництва перебувають у прямій залежності і доповнюють одна одну; якість є основою скорочення витрат і виживання підприємства в умовах жорсткої конкуренції; з позиції споживача якість виробу визначає ступінь задоволення потреб, на які повинен своєчасно орієнтуватися його виробник [1].

Згідно з ДСТУ ISO 9000 якість – це ступінь, до якого сукупність власних характеристик продукції чи послуг задовольняє сформульовані потреби або очікування, що можуть бути загальнозрозумілими або обов'язковими.

Відповідно до стандарту ISO 8402, вимоги до якості – відображення певних потреб або їх переведення в набір кількісно чи якісно визначених вимог до характеристик об'єкта, щоб надати можливість їх реалізації та перевірки.

Із цих визначень якості випливає, що основним суб'єктом, який визначає якість, є поживач. З іншої сторони, його оцінка якості ґрунтується на поінформованості щодо характеристик продукції та їх підтвердженні випробуваннями, можливості об'єктивного співставлення з іншою аналогічною продукцією.

Якість продуктів харчування є фундаментом механізму конкурентоспроможності продукції підприємств продовольчого комплексу. Адже продукція високого рівня якості завжди користується попитом на ринку та лише ті підприємства, які надають особливу увагу питанням підвищення якості власної продукції, можуть розраховувати на існування та отримання прибутку.

На ринку діють одночасно, по-перше, виробники та постачальники продукції, які власне і створюють конкуренцію, по-друге, споживачі, які задовольняють свої потреби, по-третє, держава, яка вирішує соціально-економічні завдання та створює певні правила та норми діяльності на ринку, застосовуючи законодавче і нормативно-правове регулювання та розвиваючи добровільні механізми узгодження інтересів сторін і спонукаючи учасників ринку до їх застосування.

В забезпеченні якості продовольчої продукції зацікавлений як споживач, так і виробник (рис.1).

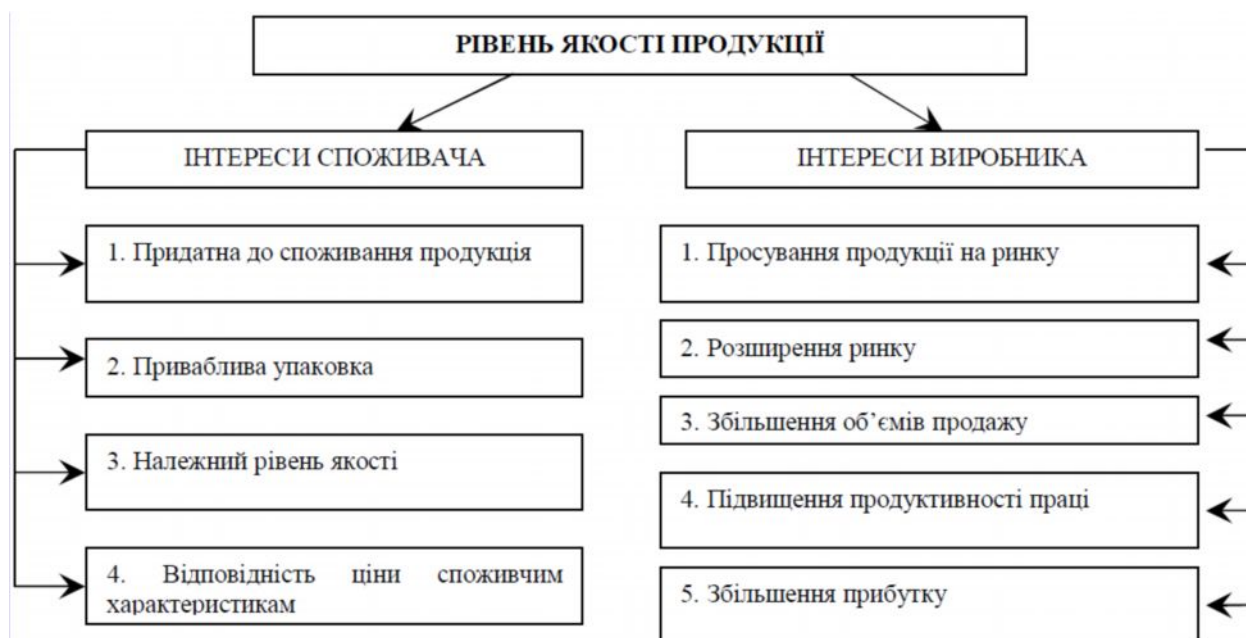


Рис. 1. Залежність рівня якості продукції

Слід зазначити, що сьогодні у світі значно підвищились вимоги споживачів до якості харчових продуктів. Оскільки споживчий ринок харчових продуктів України став більш відкритим, на ньому з'явилися нові види продукції в широкому асортименті, що в свою чергу спричинило зростання конкуренції, а відповідно й підвищення вимог до якості готової продукції.

Особливої актуальності після вступу України до СОТ набуває питання державного регулювання якості продукції, яке здійснюється через систему стандартизації та сертифікації продукції. Державну політику стандартизації розробляє Державний комітет України зі стандартизації, метрології та сертифікації. Слід підкреслити, що на сьогодні в Україні також

триває процес оптимізації системи стандартизації, сертифікації, застосування санітарних та фітосанітарних заходів у відповідності до міжнародних стандартів. Так, оптимізовано терміни видачі та дії сертифікатів відповідності, усунуто дублювання функцій кількох державних органів у цьому питанні. За рахунок впровадження міжнародних та європейських стандартів і відмови від застосування різних стандартів для внутрішнього ринку та експорту зменшаться витрати на обов'язкове підтвердження відповідності експортної продукції, залежно від виду продукції, на 3-5% [4,171].

Найкращим чином ілюструють ринкову корисну роль стандартизації її переваги, викладені у багатьох основоположних документах міжнародних і національних систем стандартизації, а саме:

- досягнення якості продукції, процесів та послуг шляхом визначення характеристик, які встановлюють їх здатність задовольнити певні потреби, тобто їх відповідність призначення;

- забезпечення поліпшення якості життя, безпеки та захисту довкілля;

- досягнення економії людських ресурсів, матеріалів і енергії під час виробництва та обміну продукцією;

- забезпечення прозорих та однозначних відносин між усіма зацікавленими сторонами у формі, придатній для використання як посилання чи відтворення (включення) в чинні документи;

- сприяння міжнародній торгівлі шляхом усунення бар'єрів у торгівлі, спричинених відмінностями національних систем;

- забезпечення промислової ефективності шляхом управління розмаїттям, уніфікацією та типізацією.

Очевидно, що кожна із цих переваг безпосередньо пов'язана із створенням конкурентоспроможної, а одночасно і якісної продукції.

Конкурентоспроможною на європейському ринку може бути лише продукція, розроблена згідно з міжнародними та європейськими стандартами. Саме тому, одним з пріоритетних напрямів діяльності Держспоживстандарту України є забезпечення розвитку національної системи стандартизації та її гармонізація із системами стандартизації ЄС.

В умовах міжнародної економічної інтеграції та глобалізації вітчизняні підприємства, не досягнувши світових стандартів якості, не зможуть успішно конкурувати на зовнішньому, а в перспективі – на внутрішньому ринку продовольчих товарів. Відповідно, забезпечення потреб населення у продуктах харчування та належний рівень продовольчої безпеки опиняться під загрозою.

Важливою характеристикою харчових продуктів є висока залежність їх якості від складу та якості сировини, яка теж визначається системою показників, що відображають хімічний склад, фізичні властивості, вологість, забрудненість, однорідність, калорійність. Важливою характеристикою сировини є вміст у ній корисних речовин, які необхідні для виготовлення готового продукту, а також можливості їх вилучення із сировини.

Однак виробництво продуктів харчування високої якості та глибоке комплексне перероблення сільськогосподарської сировини з максимальним збереженням корисних речовин можна досягти лише завдяки докорінній реконструкції підприємств харчової промисловості, оснащення їх сучасною технікою за рахунок організованого в країні виробництва вітчизняного обладнання, створення нових енергоощадних технологій тощо [4, 216].

Крім того, в умовах ринкової економіки господарський механізм у харчовій і переробній промисловості повинен бути спрямований на посилення режиму економії сировини та енергоресурсів, оптимізацію технологічних процесів і витрат усіх видів ресурсів, впровадження у виробництво нетрадиційної сировини, пошук нових технологічних і технічних рішень та виробництво конкурентоспроможних харчових продуктів. Це зумовлює переорієнтацію підприємств харчової промисловості, оперативне впровадження науково-дослідних розробок, що передбачають покращення якісних показників і зниження собівартості харчової продукції.

Максимального результату, на нашу думку, можна досягти лише за умови залучення інвестицій. Одним із джерел інвестиційних ресурсів підприємств харчової промисловості є іноземний капітал. Привабливість галузі для іноземних інвесторів, перш за все, полягає у швидкості обігу капіталу, що зменшує ризики інвесторів та кредиторів. Важливо створити сприятливі умови як для іноземних, так і вітчизняних інвесторів. Передусім це стосується інвестування за рахунок власних доходів підприємств [4, 126].

Створенню позитивного та привабливого інвестиційного клімату в продовольчому комплексі, як і в усьому національному виробництві товарів та послуг, сприятиме створення державою відповідної законодавчо-нормативної бази, усунення практики надання окремим підприємствам необґрунтованих пільг, ліквідація протекціонізму та корумпованості суспільства, стимулювання розвитку національного товаровиробника, зниження занадто високої реальної відсоткової банківської ставки тощо. Задоволення вище названих умов та залучення широкого кола інвестиційних ресурсів є важливою передумовою відновлення та прискорення розвитку всіх галузей продовольчого комплексу.

Стратегічним завданням підприємств продовольчого комплексу є стабільний збут продукції, який відповідав би їх потужності, постійний пошук нових ринків збуту, боротьба з

конкуренцією, що зростає з кожним роком. У вирішенні названих завдань якість продукції набуває пріоритетного значення. Для цього необхідно:

- постійно рекламувати свою продукцію будь-якими аргументованими формами (доводити її користь для людини, поліпшувати оформлення виробів тощо);
- забезпечити якісні смакові показники продукції, що відповідали б чиним нормативним документам і попиту споживача, розробити нові види високоякісної продукції;
- вирощувати харчову сировину, яка відповідала б усім екологічним та економічним вимогам [3, 328].

Висновки. Таким чином, підсумовуючи все вище сказане, можна стверджувати, що в умовах сучасної ринкової економіки для успішної роботи на продовольчому ринку будь-якому підприємству необхідно постійно вдосконалювати якість продукції, покращувати її споживчі властивості, намагатися знизити собівартість продукції за рахунок впровадження новітніх технологій, а не за рахунок зниження якості продукції.

Стратегія підвищення конкурентоспроможності продукції повинна охоплювати моніторинг, аналіз, оцінку конкурентоспроможності продукції підприємства, планування заходів відносно підвищення конкурентоспроможності, їх реалізацію, контроль та мотивацію. Мета стратегії – стійке довгострокове зростання рівня конкурентоспроможності продукції підприємства.

Ця мета в умовах ринкової конкуренції буде досягнута, якщо при плануванні та проектуванні продукції буде надаватися необхідна увага підвищенню рівня її якості та споживчих властивостей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Васильков В.Г. Організація виробництва: Навч. посібник / В.Г. Васильков. – К.: КНЕУ. - 2003. - 524 с.
2. Зіміна Г. К. Стандартизація систем управління якістю, згідно стандартів серії ISO 9000 — 2000 (у схемах). — Київ: «ШАУЗ». — 2003. — 255 с.
3. Остапчук М.В., Сердюк Л.В., Овсянникова Л.К. Система технологій. Підручник. – К.: Центр учбової літератури. - 2007. – 368с.
4. Продовольчий комплекс України: стан і перспективи розвитку / Л.В.Дейнеко, А.О.Коваленко, П.І.Коренюк, Е.І.Шелудько; За ред. Б.М.Данилишина. – К.: Наук. Думка. - 2007. – 276с.
5. Хвесик Ю.М. Методологічні засади дослідження взаємозв'язку конкурентних переваг і конкурентоспроможності підприємств АПК // Економіка та держава. – 2009. - № 4. – С. 31-33.

6. Ціцліано О. Д. Статистичні методи забезпечення якості продукції. — Київ: ДП «УкрНДНЦ». — 2005. — 46 с.

7. Юзьків Я., Тетера В. Роль стандартизації у підвищенні якості та конкурентоспроможності вітчизняної продукції, процесів і послуг // Стандартизація, сертифікація, якість. — 2006. — №5. — С. 16 — 20.

VYSHNEVSKA N.M. PRODUCT QUALITY AS MAIN FACTOR OF INCREASING OF COMPETITIVENESS FOOD PRODUCTS.

The quality of native foodstuffs as basic factor of competitiveness increasing of products of enterprises of food industry in the conditions of market economy are considered in the article, necessity of development of the national system of standardization is underlined.

Key words: competitiveness, quality of production, consumer interest, producer interest, standardization and certificating of products, investment activity, strategy of increase competitiveness.

ВИШНЕВСКАЯ Н.Н. КАЧЕСТВО ТОВАРА КАК ГЛАВНЫЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ.

В статье рассмотрено качество отечественных продовольственных товаров как основной фактор повышения конкурентоспособности продукции предприятий пищевой промышленности в условиях рыночной экономики, подчеркнута необходимость развития национальной системы стандартизации.

Ключевые слова: конкурентоспособность, качество продукции, интересы потребителя, интересы производителя, стандартизация и сертификация продукции, инвестиционная деятельность, стратегия повышения конкурентоспособности.