

**Мошенская А.В.**

Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана

## ИССЛЕДОВАНИЯ ИНТЕРВАЛОВ ПРЕДЕЛЬНЫХ СКИДОК ДЛЯ УСТАНОВЛЕНИЯ ЦЕНЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА

### Аннотация

Исследовано, что эффективность рекламных обращений предприятия проявляется как эффект взаимодействия со скидками цены на продукцию. Представлены функции ценовых скидок и выручки в аналитическом и графическом виде. Построена схематически гистограмма продажи металлоизделий в окрестности ценовой скидки. Найденны аналитически интервалы предельных скидок для установления цены продвижения бренда. Доказано установление плавающей ценовой скидки на этих интервалах.

**Ключевые слова:** Рекламные эффекты, функция ценовых скидок, интервалы предельных скидок, функция выручки.

**Moshenska A.V.**

Kyiv National Economic University named after Vadim Hetman

## RESEARCH INTERVALS MARGINAL PRICING DISCOUNTS FOR BRAND PROMOTION

### Summary

We investigated that the effectiveness of advertising appeals enterprise manifested as an effect of interaction discount prices on products. Submitted function of price discounts and proceeds in an analytical and graphical way. Schematic sale histogram of metal in the vicinity of price discounts is built. Analytical intervals limit pricing discounts for brand promotion were found. We proved the installing of floating price discounts on these intervals.

**Keywords:** Sponsored effects, feature price discounts, rebates boundary intervals, the function proceeds.

УДК 339.137.2:006.83(045)

## ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК ОДИН З НАЙВАЖЛИВИШИХ КРИТЕРІЇВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

**Надобних О.О., Богацька Н.М.**

Вінницький торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

У статті розкрито основні проблеми управління конкурентоспроможністю продукції українських підприємств. Розглянуто питання щодо визначення впливу управління якістю продукції та її конкурентоспроможністю на кінцеві результати діяльності підприємства. Досліджено теоретичні питання забезпечення якості продукції підприємства. Виявлено вплив чиннику витрат на якість та ефективність функціонування підприємства. Розглядаються впровадження на підприємствах системи управління якістю на базі міжнародних стандартів ISO серії 9000.

**Ключові слова:** якість продукції, конкурентоспроможність підприємства, забезпечення конкурентоспроможності, міжнародний стандарт, управління якістю.

**Постановка проблеми.** Якість є один з найважливіших інструментів у боротьбі за ринки збуту. Саме якість забезпечує конкурентоздатність продукції, яка визначається сукупністю якісних і вартісних характеристик товару, які здатні задовольняти потреби споживача, а також витратами на придбання і споживання відповідного товару. Звісно ж підвищення якості призведе до додаткових витрат, але вони окупляться завдяки отриманому прибутку [1]. Метою систем управління якістю продукції підприємств є встановлення, забезпечення і підтримка необхідного рівня якості продукції при її розробці, виробництві й реалізації. Основні завдання управління якістю продукції підприємств полягають у виготовленні такої продукції яка:

1. відповідає встановленим потребам або вживанню;
2. Задовольняє вимогам споживача;
3. Відповідає діючим стандартам;
4. Враховує потреби захисту навколишнього середовища;

5. Є конкурентоспроможною [3].

Конкуренція являється достатньо тонким та гнучким поняттям. В умовах скорочення попиту на товар або послугу найбільших труднощів зазнають виробники неякісної продукції, неефективні підприємства. При всій масштабності конкурентної боротьби вирає той, хто аналізує і бореться за свої конкурентні позиції. Головною умовою підвищення конкурентоспроможності продукції при виході на іноземний ринок є забезпечення її відповідної якості та впровадження системи управління якістю на базі міжнародних стандартів ISO серії 9000 [1].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми впливу якості продукції на конкурентоспроможність підприємств розглядаються в наукових працях А. В. Гличева, Л. В. Дейнека, А. О. Заїнчковського, В. Є. Москалюка, Т. Л. Мостенської, І. В. Опьонова, О. О. Орлова, Н. В. Павліхи, В. І. Павлова, В. В. Прядка, В. П. Руденко, П. Т. Саблука, М. П. Сичевського, М. І. Шаповала та інших науковців.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** На сьогоднішній день на більшості підприємств відсутня підсистема обліку затрат на якість, хоча за новою версією стандартів серії ISO 9000 підприємства зобов'язані її створити. В стандарті виділені: мета звітів про затрати на якість, яка полягає у представленні даних для оцінки ефективності і у створенні основи для внутрішньофірмового удосконалення програм, основні види затрат на якість. Керівництво повинно постійно одержувати інформацію про витрати на якість з тим, щоб воно мало можливість контролювати їх і пов'язувати з іншими статтями витрат, такими як збут, товарообіг, ротація кадрів. Разом з тим, на сьогоднішній день навіть працівники бюро і відділів якості слабо уявляють, як повинна бути організована робота по збору і обліку даних про витрати на якість. Більш того, до тих пір, поки в організації не почне працювати ефективна система менеджменту якості, встановити порядок збору інформації про затрати на якість практично неможливо [4].

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є дослідження теоретичних засад забезпечення якості продукції як одного з найважливіших критеріїв конкурентоспроможності підприємства.

**Виклад основного матеріалу.** Формування ринкової економіки в Україні передбачає посилення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Конкурентоспроможність продукції підприємства розглядають як її властивість, що виражає здатність бути реалізованою споживачем на конкретному ринку у визначений період [6].

Забезпечення конкурентоспроможності – це управління всією системою в умовах ринкових відносин, що орієнтована на вирішення наступних задач:

- дослідження потреб споживачів та їх розвиток;
- оцінку поведінки та можливостей конкурентів;
- дослідження розвитку ринку;
- дослідження середовища;
- виготовлення товару, що перевершував би товар конкурента.

Конкурентоспроможність підприємства – це вірний шлях до ринкового успіху товару і його виробника, тому вирішення проблеми конкурентоспроможності найбільш складне завдання в діяльності будь-якого підприємства, що вимагає погдженної, цілеспрямованої роботи всіх підрозділів при лідируючій ролі служби маркетингу. Особливим напрямком діяльності підприємства є розробка ефективної системи управління конкурентоспроможністю.

Система забезпечення високої конкурентоспроможності вітчизняних підприємств має охоплювати наступні напрями:

- 1) заходи на підвищення технічного рівня і якості продукції, передбачають:
  - перебудову системи підготовки та підвищення кваліфікації кадрів, підвищення культури виробництва, поліпшення умов праці.
  - зміцнення бази та покращення організації НДДКР;
  - прискорену реалізацію структурних зрушень та інвестиційної політики відповідно до пріоритетів НТП і соціального розвитку;
  - підвищення на цій основі ефективності капіталовкладень;
  - організацію ефективної діяльності груп якості та цільового навчання керівного і робочого персоналу, створення соціальних умов якості праці, перебудову завдань і функцій управління якістю продукції;
  - стандартизацію.
- 2) заходи, спрямовані на зниження ресурсоемності продукції, витрат виробництва;

3) заходи щодо вдосконалення сервісного обслуговування, реклами, вивчення ринку збуту. На реалізацію цих заходів необхідно направити економічні та організаційні важелі управління [5].

Якість беззаперечно є важливим фактором, що визначає успішність діяльності підприємства в ринковому середовищі, його фінансову стабільність та конкурентоспроможність. Особливої уваги цей чинник набуває в умовах ринкової трансформації національної економіки України в контексті вступу України до СОТ та приєднання до ЄС, оскільки саме забезпечення якості та характер діяльності окремих підприємств, галузей та промисловості загалом у цей час визначає їх конкурентні позиції не тільки на вітчизняному ринку, але й на міжнародному [7].

Якість продукції – сукупність властивостей продукції, яка зумовлює її придатність задовольняти певні потреби відповідно до призначення.

Якість продукції (робіт, послуг) визначається такими поняттями, як «характеристика», «властивість» і «якість». Характеристика – це взаємозв'язок залежних і незалежних змінних, виражених у вигляді тексту, таблиці, математичної формули, графіка. Описується, як правило, функціонально. Властивість продукції є об'єктивною особливістю продукції, яка може виявлятися у процесі її створення, експлуатації або споживання. Якість продукції формується на всіх етапах її життєвого циклу. Властивість продукції виражається показниками якості, тобто кількісними характеристиками одного або декількох властивостей продукції, які є складовими якості і розглядаються стосовно певних умов її створення й експлуатації або споживання.

Залежно від ролі, що виконується при оцінюванні якості, розрізняють класифікаційні й оцінювальні показники. Класифікаційні показники характеризують належність продукції до певної групи в системі класифікації і визначають призначення типорозмір, сферу застосування й умови використання продукції. Класифікаційні показники використовуються на початкових етапах оцінювання якості продукції для формування груп аналогів оцінюваної продукції. В оцінюванні якості продукції ці показники, як правило, не враховуються.

Оцінювальні показники кількісно характеризують ті властивості, які утворюють якість продукції як об'єкта виробництва і споживання або експлуатації. Вони використовуються для нормування вимог до якості, оцінювання технічного рівня при розробленні стандартів, перевірки якості під час контролю, випробувань і сертифікації [2, с. 254].

Значну роль у підвищенні якості відіграють стандарти, які є нормативною базою систем якості. Загальноновизнаними на сьогодні є міжнародні стандарти ISO серії 9000, які сконцентрували досвід управління якістю, нагромаджений у різних країнах, у багатьох з яких, в тому числі й в Україні, вони прийняті як національні. В Україні вони введені в дію з 1 жовтня 2001 року. Такі підприємства, як ДНВП «Об'єднання Комунар», ВАТ «Азовсталь», ЗАТ «Оболонь», АТ «Світоч», ВАТ «Мотор Січ» тощо впровадили й сертифікували системи управління якістю відповідно до міжнародних стандартів [7].

Щодо безпечності харчових продуктів, то нині в Україні діють два стандарти: ДСТУ 4161-2003 та ДСТУ ISO 22000:2007. За даними міжнародної організації із стандартизації ISO у світі налічується понад 14 тисяч підприємств, які впровадили цю систему. З метою підвищення якості і конкурентоздатності вітчизняної продукції і забезпечення захисту інтересів споживача 23 лютого 2001 року Президент України видав Указ «Про заходи щодо

підвищення якості вітчизняної продукції». У ньому говориться про «здійснення державної підтримки у впровадженні систем керування якістю на підприємствах відповідно до стандартів Міжнародної організації по стандартизації (ISO) серії 9000, що охоплюють системи забезпечення якості, і серії 14000, що охоплюють сферу керування навколишнім середовищем», а також про «проведення в Україні щорічного Європейського тижня якості» і конкурсу «100 кращих товарів України». Успіхи економічної науки в дослідженні якості сприяли офіційному закріпленню визначення якості в стандартах ISO (Міжнародної організації зі стандартизації на базі ООН). Стандарти ISO серії 9000 встановили єдиний, визнаний в світі підхід стосовно договірних умов з оцінки систем якості і одночасно регламентували відносини між виробниками і споживачами продукції. Головна цільова настанова систем якості, побудованих на основі стандартів ISO серії 9000, – забезпечення якості продукції, необхідного замовникам, і надання йому доказів у здатності підприємства це гарантувати [1].

Проте, що стосується впровадження даних стандартів, то в українських підприємств зустрічаються пов'язані з цим проблеми. Багато з них, які мають сертифіковану систему якості, економічні методи управління якістю практично не використовуються. Це обумовлено в основному наступними двома причинами:

– перша – сертифікація систем якості здійснюється на відповідність стандартам ISO серії 9000, в яких обов'язкові вимоги, пов'язані з плануванням, обліком і аналізом витрат на якість, відсутні;

– друга – складність рішення на підприємствах проблеми класифікації і обґрунтування складу статей витрат на якість [4].

Вітчизняні підприємства намагаються усіляко дотримуватись зазначених стандартів, не зважаючи на труднощі, управляючи якістю продукції самостійно та за допомоги держави. Управління якістю продукції підприємства – це цілеспрямований напрям підвищення конкурентоспроможності його продукції, який може бути досягнутий за рахунок таких заходів:

– активізація діяльності Національної ради з якості при Президенті України з метою проведення державної політики у сфері якості;

– забезпечення політичної підтримки щодо підвищення якості та конкурентоспроможності продукції з боку держави;

– проведення заходів щодо співробітництва України з міжнародними організаціями, у тому числі з Європейською організацією;

– забезпечення організації діяльності підприємства, підвищення якості продукції та конкурентоспроможності на основі розробки відповідної його стратегії;

– створення центрів відповідальності за якістю продукції за місцем її виробництва;

– забезпечення заходів щодо підвищення якості стратегічного маркетингу;

– створення системи навчання робітників підприємства усіх категорій, від зусилля яких залежить забезпечення якості продукції [5].

Аналізуючи проблему забезпечення якості зарубіжними та вітчизняними вченими, слід зазначити, що для забезпечення випуску нової якісної продукції також важливими є такі основні моменти:

1) забезпечення якості слід розуміти не як технічну функцію, яка контролюється відділом технічного контролю або будь-якими іншими структурними підрозділами, а як систематичний процес,

притаманний виробу, підрозділу та кожній службі апарату управління;

2) новій концепції якості продукції повинна відповідати організаційна структура підприємства;

3) якість забезпечується не лише у виробничому циклі, але й у процесі підготовки виробництва, маркетингу, якість повинна орієнтуватись на задоволення потреб споживача;

4) підвищення рівня якості вимагає застосування нових технологій виробництва, починаючи з автоматизації процесу проектування і завершуючи автоматизацією контролю якості;

5) рівень якості покращується при зацікавленій участі працівників всіх підрозділів підприємства, адже 80–90% заходів, спрямованих на підвищення якості, не контролюється відділом технічного контролю;

6) для підвищення рівня якості продукції важливим є процес постійного навчання персоналу і підвищення мотивації його праці.

Фейгенбаум А., один із визначних американських фахівців з проблем якості підкреслює, що в умовах конкуренції фірми повинні розвиватися, впроваджуючи у практику такі основні принципи:

I. якість є не одним з напрямів діяльності фірми, а безперервним процесом, який стосується всіх функцій апарату управління;

II. якість залежить від ступеня участі в її формуванні кожного працівника фірми;

III. якість не перешкоджає, а сприяє зниженню собівартості продукції: якість вимагає використання нової техніки і технології;

IV. якістю необхідно управляти так само безпосередньо та ефективно, як управляють виробництвом, устаткуванням, фінансами [7].

Враховуючи увесь власний та зарубіжний досвід, для вітчизняних підприємств основними шляхами підвищення якості продукції виступають:

1) використання досягнень науки та техніки в процесі проектування виробів;

2) запровадження новітньої технології виробництва і суворе дотримання технологічної дисципліни;

3) забезпечення належної технічної оснащеності виробництва;

4) удосконалення застосовуваних стандартів і технічних умов;

5) поліпшення стандартизації як головного інструменту фіксації та забезпечення заданого рівня якості, адже саме стандарти й технічні умови відображують сучасні вимоги споживачів до технічного рівня;

6) збільшення випуску сертифікованої продукції, покращення окремих показників якості продукції, що випускається на підприємстві;

7) запровадження сучасних форм та методів організації виробництва та управління;

8) удосконалення методів контролю й розвитку масового самоконтролю на всіх стадіях виготовлення продукції;

9) покращення заходів щодо застосування угодженої системи прогнозування та планування необхідного рівня якості виробів;

10) збалансування прийнятих для продуцентів та споживачів цін на продукцію;

11) використання ефективної мотивації праці всіх категорій персоналу підприємства, що є одним із головних факторів підвищення якості продукції;

12) всебічна активація людського чинника та проведення кадрової політики, адаптованої до ринкових умов господарювання [6].

**Висновки і пропозиції.** Якість, як економічна категорія, відбиває сукупність властивостей продукції, що зумовлюють міру її придатності задо-

вільняти потреби людини відповідно до свого призначення. Тому для кожного підприємства дуже важливо постійно підвищувати та удосконалювати рівень якості продукції, застосовувати новітні технології для її поліпшення аби мати достойну конкурентоспроможну позицію як на вітчизняному, так і на міжнародному ринку. Не дивлячись на ряд проблем, пов'язаних з міжнародною сертифікацією, вітчизняні підприємства мають всі шанси при підвищенні якості своєї продукції збільшити обсяги її реалізації та знизити собівартість. З метою контролю якості продукції на всіх етапах виробництва,

необхідно створити чітку комплексну систему якості. Упровадження систем управління якістю, що відповідають міжнародним стандартам ISO серії 9000, дозволить:

- поліпшити імідж та зміцнити репутацію;
- підвищити задоволеність клієнтів та ефективність існуючої системи управління якістю;
- забезпечити гнучке управління підприємством, спростити й прискорити процедури взаємодії з клієнтами, скоротити брак, виробничі витрати тощо;
- підвищити прибутки, поліпшити організацію управління підприємством, залучати інвестиції.

#### Список літератури:

1. Впровадження системи управління якістю продукції на підприємствах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.2/312.pdf>
2. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства: навчальний посібник для студентів вузів / В. І. Гринчуцький, Е. Т. Карапетян, Б. В. Погрішук. – К.: Центр учбової літератури, 2012.
3. Методи управління якістю продукції підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/65155/5/Burnukina.pdf?sequence=1>
4. Тимрієнко І. Ю. Методика збору інформації про витрати на якість продукції з використанням процесного підходу (на прикладі сироробних підприємств) / І. Ю. Тимрієнко // Міжнародний збірник наукових праць, 2012. – № 3. – С. 419-430.
5. Управління якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/8\\_NMIV\\_2013/Economics/10\\_131382.doc.htm](http://www.rusnauka.com/8_NMIV_2013/Economics/10_131382.doc.htm)
6. Шляхи підвищення якості продукції на підприємстві [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.viem.edu.ua/konf5/art.php?id=0418>
7. Якість продукції як необхідна умова підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1426/1.pdf>

**Надобных А.А., Богацкая Н.Н.**

Винницький торгово-економічний інститут

Київського національного торгово-економічного університету

## КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ КАК ОДИН ИЗ ВАЖНЕЙШИХ КРИТЕРИЕВ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

#### Аннотация

В статье раскрыты основные проблемы управления конкурентоспособностью продукции украинских предприятий. Рассмотрены вопросы определения влияния управления качеством продукции и ее конкурентоспособности на конечные результаты деятельности предприятия. Исследованы теоретические вопросы обеспечения качества продукции предприятия. Обнаружено влияние фактора затрат на качество и на эффективность функционирования предприятия. Рассматриваются внедрения на предприятиях системы управления качеством на базе международных стандартов ISO серии 9000.

**Ключевые слова:** качество продукции, конкурентоспособность предприятия, обеспечение конкурентоспособности, международный стандарт, управление качеством.

**Nadobnykh A.A., Bogatska N.N.**

Vinnitsa Trade and Economic Institute

Kyiv National University of Trade and Economics

## THE QUALITY OF PRODUCTS AS ONE OF THE MOST IMPORTANT CRITERION TO INCREASE ENTERPRISE COMPETITIVENESS

#### Summary

The topic of the article is the main management problems of competitiveness of Ukrainian enterprises. We consider the problem of determine the impact of the issues of quality control and its competitiveness on the results of the company. Some theoretical issues of the quality of products are considered. It is investigational the influence of the factor of expenses on quality on efficiency of functioning of enterprise. We study the introduction to quality management system based on international standards ISO 9000.

**Keywords:** product quality, competitiveness of the enterprise, ensure competitiveness, international standard, quality management.