

УДК 658.562.009.12

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Г.В. Соловійова

Одеський національний політехнічний університет, Одеса, Україна

Соловійова Г.В. Удосконалення системи управління якістю і конкурентоспроможністю продукції підприємства.

У статті розглянуто актуальні системи удосконалення якості та конкурентоспроможності підприємства, їх вплив на ефективність діяльності підприємства і всієї галузі в цілому. Розглянуто комплекс характеристик, які визначають положення продукції на ринку.

Ключові слова: конкурентоспроможність, якість, продукція, система управління, стандарт

Соловьева Г.В. Совершенствование системы управления качеством и конкурентоспособностью продукции предприятия.

В статье рассмотрены актуальные системы совершенствования качества и конкурентоспособности предприятия, их влияние на эффективность деятельности предприятия и всей отрасли в целом. Рассмотрен комплекс характеристик, которые определяют положение продукции на рынке.

Ключевые слова: конкурентоспособность, качество, продукция, система управления, стандарт

Solovjeva H.V. Improvement of control system by quality and competitiveness of products of enterprise.

The article considers the relevance of the system to improve the quality and competitiveness of enterprises, their impact on the effectiveness of the company and the whole industry. There was considered the complex of characteristics in which the position of products on the market was defined.

Keywords: competitiveness, quality, products, control system, standard

Конкурентоспроможність займає центральне положення у сучасних економічних теоріях [1-3] і є одним із найбільш дискусійних питань теорії конкуренції, яка визначається всією сукупністю ринкових факторів, складністю і різноманітністю конкуруючих об'єктів і суб'єктів. Конкурентоспроможність – здатність певного об'єкта або суб'єкта перевершити конкурентів у заданих умовах [4]. Це ключова успіху підприємства та його продукції на ринку. Сфера конкурентних відношень в Україні повинна відігравати позитивну роль. Отже, вирішення проблеми конкуренції та якості продукції підприємства, які на пряму зв'язані між собою – це основне завдання будь-якого суб'єкта, який поставив за мету досягти лідируючих позицій на ринку збуту.

Конкуренція як спосіб співіснування підприємств в умовах стрімких змін ринкового середовища постійно змінюється, як переконуються сучасні дослідники. Існує тісний взаємозв'язок між якістю виробленої продукції і її конкурентоспроможністю, від якої залежить місце підприємства на ринку. Але не кожен підприємець робить акценти і відповідні висновки на усуненні проблем, які заважають стрімкому росту підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій та невіршених раніше частин проблеми

Значний внесок у розвиток основ конкуренції та міжнародної конкурентоспроможності підприємства зробили такі вітчизняні вчені-економісти, як: Б.В. Буркінський, В.А. Василенко, В.І. Гринчуцький, І.З. Должанський, А.П. Наливайко, Т.І. Ткаченко, Л.С. Шевченко та інші, та зарубіжні: І.Н. Герчикова, М. Портер, А.Ю. Юданов та інші. Всі вони у своїх наукових працях виявили різні підходи щодо управління конкурентоспроможністю, але існують питання, які потребують подальшого розгляду.

Конкурентоспроможність на протязі багатьох років була головним питанням кожного підприємства та кожної країни у цілому. Сьогодні існує багато систем та стратегій покращення конкурентоспроможності підприємства. Кожна з них неодноразово практикувалася і має шанси вивести підприємство на лідируючі позиції на ринку, так як існує ряд чітко сформованих рекомендацій ведення успішної діяльності кожної системи. Розглядаючи і застосовуючи кожен з них окремо, конкурентоспроможність не буде настільки ефек-

тивною, але якщо об'єднати декілька систем разом, можна отримати дуже ефективну програму, яка при стабільному її виконанні, підтримці і удосконаленні не змусить чекати на довгі результати підвищення конкурентоспроможності.

В статті поставлені такі цілі:

- визначити сутність та удосконалити систему управління якістю і конкурентоспроможністю продукції в системі управління підприємством;
- розробити організаційну систему внутрішньої логістики, яка позитивно вплине на всю систему конкурентоспроможності підприємства.

Основний матеріал

На сьогоднішній день жорсткі умови конкуренції змушують підприємства у цілях підвищення конкурентоспроможності шукати нові форми організації діяльності.

Конкурентоспроможність – це комплекс споживчих властивостей товару, що визначає його відмінність від інших аналогічних товарів за сту-

пенем і рівнем задоволення потреб покупців і витрат на його придбання та експлуатацію.[5] Крім того, конкурентоспроможність – це порівняльна характеристика товару, що містить комплексну оцінку всієї сукупності виробничих, комерційних, організаційних і економічних показників щодо виявлених вимог ринку або властивостей іншого товару.

Щоб успішно управляти конкурентоспроможністю підприємства треба:

- орієнтуватися на умови та чинники, що її формують;
- вдосконалити процеси конкурентоспроможності (планування, дослідження, розробка, виготовлення);
- зробити відповідні висновки.

Управління конкурентоспроможністю залежить від наступних управлінських систем (рис. 1).



Рис. 1. Системи управління конкурентоспроможністю підприємства

Вагомою складовою підвищення конкурентоспроможності в нашій країні є підвищення якості. Якість продукції – головний фактор, але не єдиний, тому що основною умовою конкурентоспроможності є збір якості інформації тих елементів, які впливають на конкурентоспроможність підприємства. Система управління якістю відповідає за план діяльності підприємства, який спрямован на розробку і впровадження комплексного підходу щодо забезпечення та підвищення якості продукції на основних виконуваних на підприємстві процесів.

Підвищення якості дає підприємству бути кращим і мати великий попит в продукції, але за умови комплексної роботи всіх систем.

Система управління якістю – це розроблення та впровадження більш якісної продукції в діяльність підприємства. Рішення про її підвищення приймає вище керівництво, опираючись на аналіз цільового ринку.

Першим етапом визначають склад рекомендацій покращення якості продукції опираючись на стандарт ISO, який дає уточнення, що саме потрібно робити підприємству. Другим етапом

стає розробка нових або удосконалення старих нормативних документів.

Наведені нижче стандарти ISO серії 9000 розроблено, щоб допомогти організаціям незалежно від їхнього типу та розміру запровадити та забезпечити функціонування ефективних систем управління якістю [6].

ISO 9000 описує основні положення систем управління якістю та визначає термінологію стосовно систем управління якістю.

ISO 9001 установлює вимоги до системи управління якістю для випадків, коли організація має продемонструвати свою спроможність поставляти продукцію, що відповідає вимогам замовників і застосовних регламентів, а також прагне підвищувати задоволеність замовників.

ISO 9004 подає настанови щодо результативності та ефективності системи управління якістю. Призначеність цього стандарту – поліпшувати показники діяльності організації, а також задоволеність замовників та інших зацікавлених сторін.

ISO 19011 подає настанови щодо проведення аудиту систем управління якістю та екологічного управління.

Разом вони формують узгоджену серію стандартів на системи управління якістю, яка сприяє взаєморозумінню в національній та міжнародній торгівлі.

Установлено вісім принципів управління якістю, які найвище керівництво може застосовувати, щоб поліпшувати показники діяльності підприємства (рис. 2) [7].

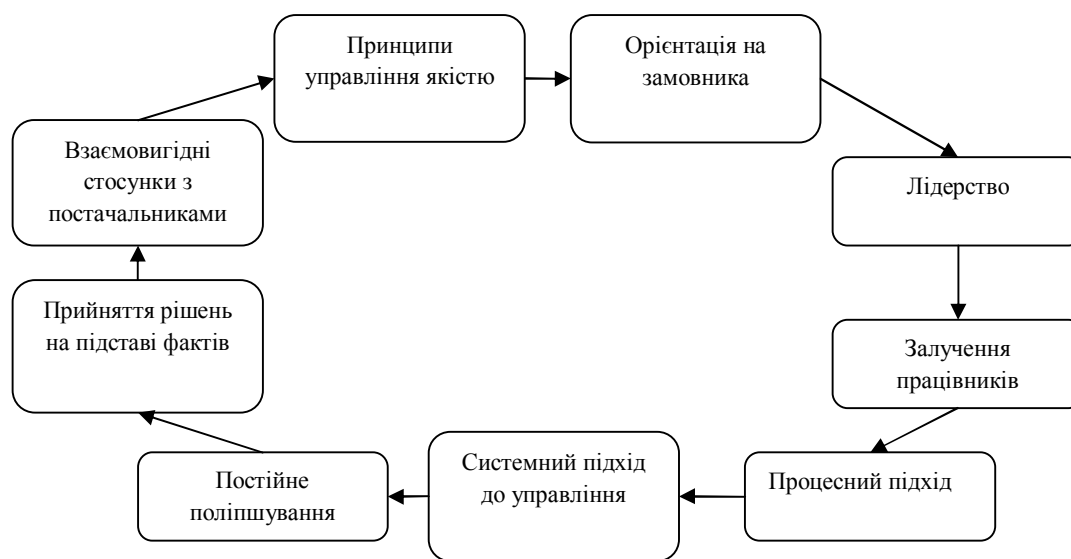


Рис. 2. Принципи управління якістю

Підприємства працюють на себе та на своїх замовників, вони залежать від них і тому завжди повинні працювати на результат і передбачати майбутні потреби замовників, задовольняти їхнім вимогам та намагатися перевищити очікування.

Керівники мають вплив на робочій колектив, в якому повинні встановити єдність колективу та формулювати напрями діяльності підприємства. Їм потрібно створити та підтримати внутрішнє середовище, де працівники злагоджено працюють, щоб прийти до спільної мети, поставленої перед підприємством.

Основу підприємства на всіх рівнях становлять працівники, і їх спільна мета дає змогу використовувати їхні здібності та потенціал на користь підприємства.

Найефективніше досягають позитивного результату, коли діяльність та ресурси не розглядають окремо, а керують ними як одним процесом.

Якщо вірно розуміти взаємозв'язок процесу та управління ним як загальною системою, це буде сприяти підприємству ефективно досягати поставлених цілей.

Поліпшування загальних показників діяльності підприємства треба зробити першою ціллю.

Якісно проаналізувавши данні та інформацію, можна знайти ефективні рішення будь-якої проблеми, які раніше не могли бути вирішені.

Підприємство та його постачальники залежать один від одного та підвищують спроможність обох сторін створювати цінності.

Всі принципи управління якістю являються основою стандартів на системи управління якістю в межах стандартів ISO серії 9000. Система управління якістю доповнює систему управління конкурентоспроможності в умовах ринкових відносин. Отже, найвища конкурентоспроможність буде досягнута, коли всі елементи цілої системи будуть взаємопов'язані.

Щоб забезпечити високу конкурентоспроможність, треба визначити ряд наступних задач:

- дослідити потреби споживачів;
- проаналізувати розвиток споживачів;
- оцінити поведінку та можливості конкурентів;
- дослідити розвиток ринку, середовище;
- виготовлення особового товару.

Отже, висока конкурентоспроможність буде досягнута тільки тоді, коли всі елементи цілої системи будуть взаємопов'язані.

Якщо аналізувати конкурентне середовище на ринку, можна визначити ряд факторів, які впливають на відношення покупців до підприємства та його продукції. Фактори можна розді-

лити на дві основні групи: зовнішні та внутрішні.

Зовнішні фактори визначаються ринковою ситуацією на зовнішньому середовищі і їх виникнення не залежить від діяльності підприємств.

Внутрішні фактори та їх прояв цілком залежить від функціонування підприємства та його системи управління.

Усі фактори, щоб вплинути на конкурентоспроможність будуть розглядатися і служити додатковою конкурентною перевагою тільки тоді, коли будуть здійснювати позитивний вплив на діяльність підприємства. Зовнішні та внутрішні фактори мають свої похідні, які впливають на роботу підприємства (рис. 3).

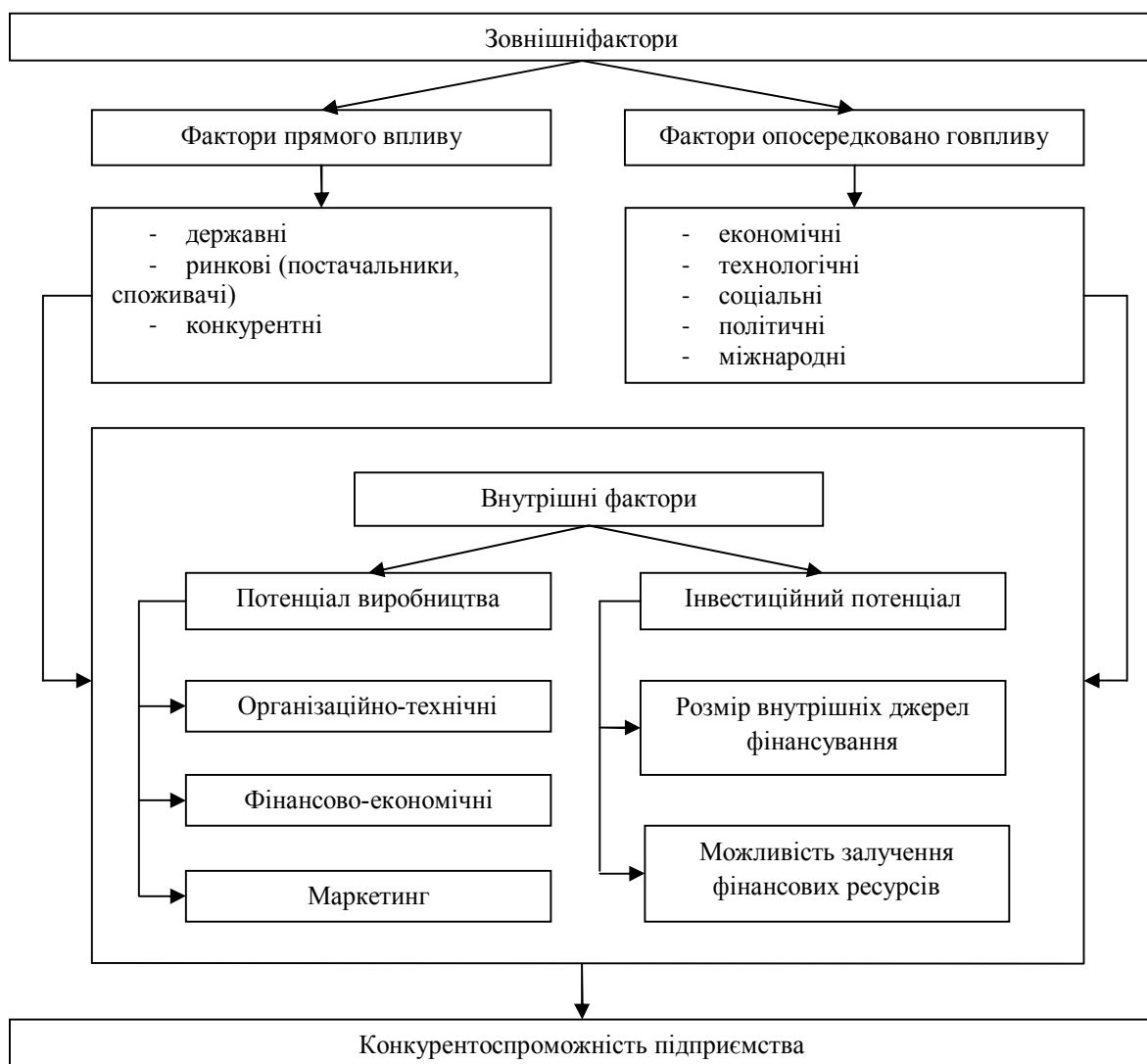


Рис. 3. Зовнішні та внутрішні фактори конкурентоспроможності підприємства

Конкурентоспроможність підприємства формує конкурентоспроможність галузі, яку можна визначити тоді, коли в неї сформовані економічні,

технічні та соціально-організаційні умови для створення, виробництва і збуту продукції високої

якості, що буде задовольняти вимогам конкретних груп споживачів [8, 9].

До економічних факторів належить ціна та всі її похідні, до яких відносяться собівартість, форми і рівень зарплати, затрати на технічне обслуговування і ремонт, ступінь підвищення продуктивності суспільної праці та інші.

До технічних факторів належать: конструкція, схема послідовного зв'язку елементів, система резервування, схемні вирішення, технологія виготовлення, засоби технічного обслуговування і ремонту, технічний рівень бази проектування, виготовлення, експлуатації та інші.

До організаційних факторів належать: розподіл праці і спеціалізація, форми організації виробничих процесів, ритмічність виробництва, форми і методи контролю порядок пред'явлення і задачі продукції, форми і способи транспортування, зберігання, експлуатації (споживання), технічного обслуговування, ремонту та інші.

Конкурентоспроможність на внутрішньому та на зовнішньому ринку формує конкурентну перевагу, яка залежить від ефективності використання ресурсів, якими володіє і вільно розпоряджається підприємство.

Конкурентну перевагу можна побачити завдяки економічним факторам, які характеризують економічну ефективність продаж:

- додатковий прибуток;
- більш висока рентабельність;
- ринкова частка;
- обсяг продаж.

Конкурентна перевага – головна мета і результат діяльності підприємства. І щоб її утримати, необхідно визначити джерело переваги, кількість реальних джерел переваги та постійно модернізувати виробництво.

Конкурентоспроможність продукції та конкурентоспроможність підприємства співвідносяться між собою як частина та одне ціле.

На структурі галузі та на процесі її зміни повинна ґрунтуватися конкурентна стратегія, де підприємства намагаються вигідно і довгочасно конкурувати.

Конкуренція виражається наступними силами:

- поява нових конкурентів;

- поява товарів і послуг-замінників;
- торг постачальників;
- торг покупців;
- суперництво вже наявних конкурентів.

Підприємства на сьогоднішній день для виконання поточних процесів використовують логістичні системи. На конкретному ринку збуту успіху досягають тільки ті компанії, що управляють логістичними системами ефективно, уміло керують витратами і зберігають в той же час високу якість товарів, будь-яких робіт та послуг.

Система логістики планує та контролює потік продукції, що поступає на підприємство, слідкує за доведенням готової продукції до споживача. Система розподіляється на зовнішню та внутрішню логістику. У зовнішній логістиці суб'єктами виступають спеціалізовані організації, які контролюють комплекс поточних процесів підприємства.

Логістична система складається з багатьох елементів, між якими встановлені функціональні зв'язки і відношення. Внутрішні зв'язки міцніші зовнішні.

У внутрішній логістиці суб'єктами виступають відділи, підрозділи підприємства, що відповідають за такі процеси як транспортування, складування, зберігання, збут, переробка та багатьма іншими матеріальними і нематеріальними операціями.

Внутрішня логістика направлена на удосконалення господарської діяльності, яка зв'язана з управлінням поточними процесами в самому підприємстві або корпоративної групи підприємств.

Існують різні чинники внутрішнього середовища, до яких відносяться: структура, цілі, спільні цінності, завдання, технології, фінансова та інформаційна системи та інші. Всі ці чинники дають змогу визначити структуру внутрішнього середовища.

Для контролю якості продукції необхідно розробити організаційну систему внутрішньої логістики, яка відстежуватиме товар на всіх його етапах (рис. 4)



Рис. 4. Організаційна система внутрішньої логістики і якості продукції

Якісна система логістики повинна мати здатність до адаптації, бути стійкою та надійною, тому

що вона працює в умовах, де зовнішнє середовище постійно змінюється.

Висновки

Розглянувши деякі аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства, можна зробити висновки та надати пропозиції щодо підвищення її рівня в умовах ринкових відносин.

Конкурентоспроможність підприємства складається з комплексу характеристик, які визначають положення підприємства на ринку, до яких можна віднести характеристику продукції та фактори, що формують умови виробництва та збут товару підприємства.

Для підвищення конкурентоспроможності потрібно ґрунтуватися на найважливіших показниках макросередовища і мікросередовища підприємства, враховуючи глобалізаційні процеси в економіці країни, постійно і регулярно збирати і аналізувати всі параметри, виявляти стан зовнішнього та внутрішнього середовища суб'єк-

та, розробляти і впроваджувати заходи, які підвищать якість процесів і їх взаємодії.

Наукова новизна статті полягає в уточненні показників ефективності системи управління конкурентоспроможністю і якістю продукції, які повинні відповідати вимогам цільового ринку. Надані рекомендації організувати логістичну систему управління якістю, яка буде впливати на всю систему конкурентоспроможності підприємства і краще відстежуватиме товар на всіх його етапах.

Результати дослідження по удосконаленню системи управління якістю та конкурентоспроможності підприємства можуть бути використані у діяльності підприємств як план розвитку на основі підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств та збільшення сегменту цільового ринку.

Список літератури:

1. Іванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства : оцінка, формування та розвиток [Текст] : монографія / Ю.Б. Іванов, П.А. Орлов, О.Ю. Іванова ; Нац. акад. наук України, Н.-д. центр індустр. проблем розвитку. – Х. : ІНЖЕК, 2008. – 351 с.
2. Портер М.Е. Конкурентное преимущество [Текст] : как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Е. Портер ; пер. с англ. Е. Калинина. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005 (ОАО Можайский полигр. комб.). – 715 с.
3. Прахалад К.К. Майбутнє конкуренції [Текст] : творення унікальної цінності спільно з клієнтами / В. Рамасвами; Пер.з англ. М. Ставицького. – К. : Вид-во Олексія Капусти, 2005. – 243 с.
4. Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава : Програма економічних реформ України на 2010–2014 роки. – Комітет з економічних реформ при Президентові України. – 2010. – 85 с.
5. Краткий словарь менеджера / под ред. В.П. Грошева. – М., 1991. – 72 с.
6. Системи управління якістю. Вимоги (ISO 9001 : 2000, IDT) [Текст] : нормативно-технічний матеріал. – Вид. офіц. – На заміну ДСТУ ISO 9001-95, ДСТУ ISO 9002-95, ДСТУ ISO 9003-95 ; Введ. с 2001-06-27. – Київ : Держстандарт України, 2001. – 24 с.
7. ДСТУ ISO 9004-2001. Системи управління якістю. Настанови щодо поліпшення діяльності [Текст]. - Взамен ДСТУ ISO 9004-1-95 ; Введ. с 2001-10-01. - [Б. м. : б. и.]. – 52 с.
8. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы [Текст] : монографія / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М. : ОАО «Гип. «Новости», 2000. – 254 с.
9. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика [Текст] / Г.Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.

Надано до редакції 14.02.2013

Соловійова Ганна Володимирівна / Hanna V. Solovjeva
 anette@live.ru

Посилання на статтю / Reference a Journal Article:

Удосконалення системи управління якістю і конкурентоспроможністю продукції підприємства [Електронний ресурс] / Г.В. Соловійова // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2013. – № 1 (6). – С. 201-206. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n1.html>