

ОСОБЛИВОСТІ ВИБОРУ ЗАХОДІВ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТОВАРУ НА РІЗНИХ ЕТАПАХ ЙОГО ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ

УДК 658.56

Міллер А. Ю., студент 3 курсу,
факультету економіки та права, ХНЕУ ім. С. Кузнеця

В умовах глобальної ринкової економіки, відкритості кордонів та постійного загострення конкурентної боротьби, актуалізується проблема пошуку дієвих засобів, що забезпечать підприємству довгострокові конкурентні переваги та прихильність споживачів. Перенасиченість ринків та доступність більшості товарів для кожного покупця, на перший план виходить рівень їх якості. У зв'язку з цим, підприємства зацікавлені у подальшому пошуку напрямів безперервного підвищення якості продукції, яка пропонується споживачеві.

Дослідженню проблем підвищення якості продукції підприємства в умовах ринкової економіки в тому числі, займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені, а саме: Т. Жувагіна, О. Карпенко, В. Семененко, В. Кузьминов. Разом з тим, окремі питання щодо вибору та обґрунтування заходів із підвищення якості потребують наукового вирішення. Тому, метою даної роботи є аналіз факторів якості товару та визначення заходів щодо її підвищення залежно від стадії життєвого циклу даного товару.

Якість – це певна сукупність конкретних властивостей та характеристик продукції, наявність яких гарантує відповідний рівень задоволення потреб споживачів [1]. Такі властивості продукція набуває в процесі виробництва, в той час як виявляються вони в процесі експлуатації або споживання.

В науковій літературі, присвяченій проблемам якості продукції, розрізняють поняття «якість» продукції та її «технічний рівень» [1-2]. Так, поняття технічного рівня виробів за змістом вужче від якості, оскільки охоплює сукупність лише техніко-експлуатаційних характеристик. Показники технічного рівня встановлюються при проектуванні нових виробів (транспортних засобів, машин, приладів).

Ефективне управління якістю продукції має бути засноване на застосуванні системи державних та міжнародних стандартів. Об'єктами державної стандартизації є конкретна продукція, норми, правила, вимоги, методи, терміни, призначені для застосування в різних сферах. Державні стандарти встановлюють показники, що відповідають провідному рівню науки, техніки і виробництва [3].

Забезпечення якості продукції потребує від підприємств створення та дотримання певних умов. Сукупність таких умов створюється за рахунок ряду конкретних прийомів (факторів) підвищення якості, які передбачають технічні, організаційні та соціально-економічні фактори підвищення якості [4], які узагальнено автором на рис. 1.

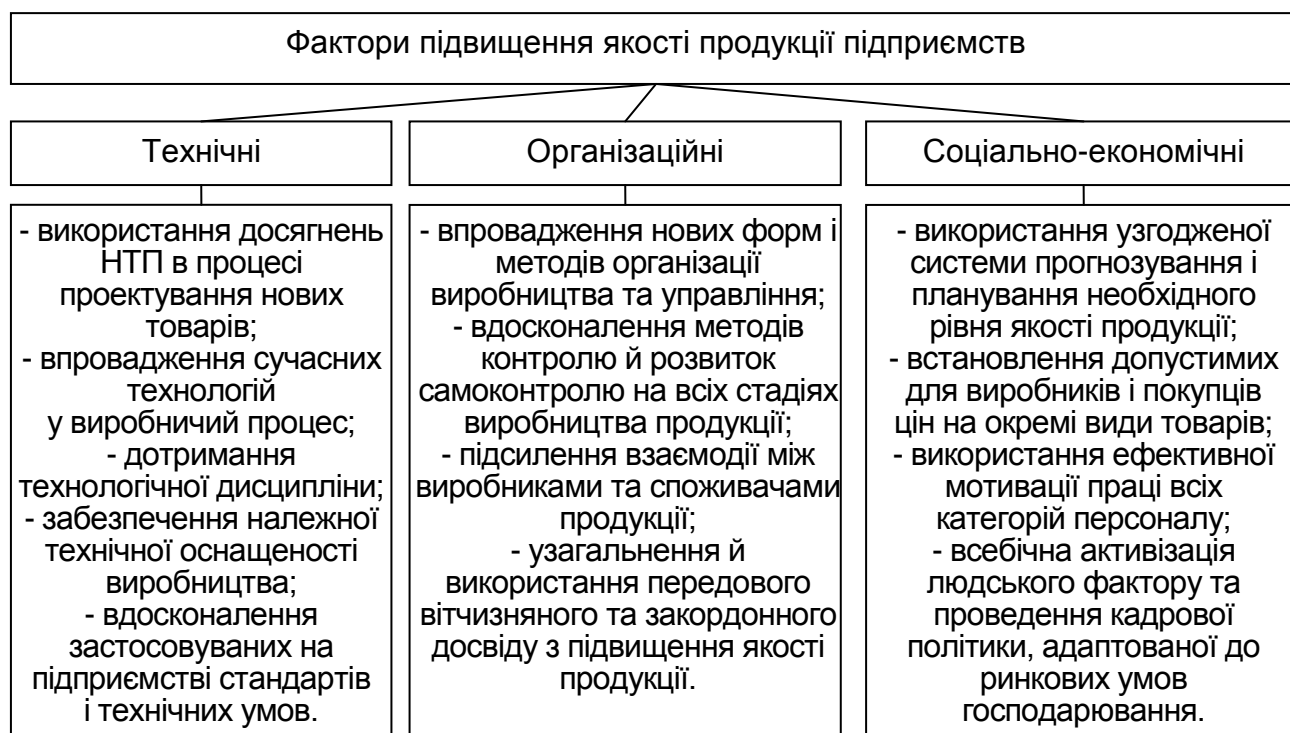


Рис. 1. Фактори підвищення якості продукції підприємств (узагальнено автором на основі [4, с. 295-296])

Врахування комплексу прийомів (факторів) якості товару на підприємстві має відбуватися безперервно. Така умова, як безперервність забезпечення якості товару, потребує врахування в цьому процесі особливостей, що притаманні різним стадіям життєвого циклу продукції, адже в залежності від етапу, на якому необхідно

проводити планування та реалізацію заходів забезпечення якості продукції, такі заходи будуть відрізнятися, віддзеркалюючи особливості відповідних етапів. Саме це дозволить проводити всі ці заходи з мінімальними витратами та максимальним результатом, що підвищить ефективність реалізації політики забезпечення якості продукції на підприємстві та дасть змогу більш доцільно використовувати кошти на підвищення якості продукції. Так, життєвий цикл товару в науковій літературі визначається як час, протягом якого товар є життєздатним на ринку і забезпечує досягнення цілей підприємства [3]. Від того, на якому етапі (стадії) життєвого циклу знаходиться товар, залежать його обсяги продажів та рівень доходів підприємства в цілому.

Під час розробки заходів з підвищення якості продукції необхідно враховувати наступні особливості етапів життєвого циклу товару:

1. Етап проектування та виведення товару на ринок характеризується розробкою нового товару та процесом його адаптації до ринку, знаходження його місця серед існуючих товарів, послідовним збільшенням обсягів його продажу.

2. Етап зростання характеризується стрімким збільшенням обсягів реалізації товару і прибутків підприємства. Цей етап закінчується, тоді, коли обсяги збуту даного товару досягають максимуму. В цей час конкуренти починають звертати увагу на успішний продукт, активізують свою діяльність та створюють товари-аналоги.

3. Етап зрілості для підприємства, яке виробляє товар, є найбільш очікуваним, адже в цей період товар приносить найбільші прибутки та не потребує значних капіталовкладень. Тому підприємства намагаються зробити цей етап якомога протяжним. Оскільки товар на цьому етапі знайомий та вживається більшістю потенційних споживачів, ринок є насиченим. Характерним є використання цінової конкуренції, збільшення частки витрат на стимулювання продажів та збуту, створення модифікацій товару.

4. На етапі занепаду обсяги збуту поступово знижуються, в результаті чого приймається рішення про виведення товару з ринку, як

правило, внаслідок появи більш сучасних, технологічних та економічних способів задоволення відповідних потреб споживачів.

Аналіз особливостей стадій життєвого циклу товару та узагальнення прийомів (факторів) підвищення якості продукції, стало основою для обґрунтування заходів з підвищення якості продукції відповідно до потреб кожної стадії (табл. 1).

Таблиця 1

Заходи з підвищення якості на етапах життєвого циклу товару

Етап життєвого циклу	Мета заходів	Напрями заходів з підвищення якості продукції
Проектування та виведення на ринок	Забезпечення рівня якості нової продукції, що розробляється	Використання провідних досягнень науки і техніки в процесі створення нових виробів, а також для створення нових технологій виробництва.
Зростання	Оптимізація процесів забезпечення якості продукції	Впровадження сучасних форм і методів організації виготовлення та управління. 1. Забезпечення контролю за дотриманням технологічної та виробничої дисципліни. Розширення господарських зв'язків між виробниками та споживачами. Покращання способів контролю й розвиток самоконтролю на всіх етапах створення продукції.
Зрілість	Підтримка рівня якості продукції, забезпечення відповідності додаткових характеристик	Підтримка відповідного технічного оснащення виробництва на високому рівні. Безперервне вдосконалення процесів забезпечення якості за рахунок оновлення використовуваних стандартів якості і технологічних умов. Розширення господарських зв'язків між виробниками та споживачами. Узагальнення й застосування передового вітчизняного та закордонного досвіду. Установлення прийнятних для споживачів цін на відокремлені види товарів та послуг. Ефективне мотивування праці персоналу фірми на всіх рівнях.
Занепад	Підтримка рівня якості продукції, забезпечення технічного обслуговування вже існуючої продукції	Встановлення прийнятних для виробників і споживачів цін на окремі види товарів та послуг. Технічна допомога в обслуговуванні продукції, забезпечення сервісного обслуговування споживачів. Налагодження ремонтного та гарантійного обслуговування, навіть якщо продукція знята з виробництва.

Таким чином стратегічним пріоритетом, що забезпечує успішне та довгострокове існування підприємств на ринку в сучасних економічних умовах є використання обґрунтованих засобів підвищення якості продукції на підприємстві, які дозволяють забезпечити необхідний рівень споживчих характеристик продукції. Як було доведено, для забезпечення якості продукції доцільно планувати вибір заходів із її підвищення відповідно до особливостей стадії життєвого циклу цієї продукції. За рахунок чого можна досягти найкращого результату, який буде менш затратним, оскільки не буде необхідності приймати всі ці міри одночасно, та більш результативним, адже заходи матимуть цільову спрямованість. Напрямом подальших досліджень має бути розробка методів оцінювання результативності заходів із підвищення якості продукції на кожному з етапів життєвого циклу.

Література

1. Гетьман О. О. Економіка підприємства: навч. посіб. – 3-ге видання / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал. – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 512 с.
2. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підручник / О. С. Іванілов – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 728 с.
3. Державні стандарти України [Електроний ресурс] – Режим доступу: <http://dbn.at.ua/load/normativy/dstu/5>.
4. Гринчуцький В. І., Карапетян Е. Т., Погріщук Б. В. Економіка підприємства: навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2016. – 304 с.
5. Управління якістю: основні категорії і поняття // Наукове товариство І. Кушніра [Електроний ресурс] – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua>.

Науковий керівник
к.е.н., викладач

О.В. Іваненко

Опубліковано в авторській редакції