

АНАЛИЗ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ И ЕЁ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ

Киракосян А. М.

Студент,

Кемеровский государственный университет,

Кемерово, Россия

Милославская Р. А.

Студент,

Кемеровский государственный университет,

Кемерово, Россия

Аннотация

В статье рассматриваются основные факторы, влияющие на конкурентоспособность продукции, где главное внимание уделяется качеству. Приводятся основные сертификаты качества и их характеристики, а также методы повышения качества продукции. Качество продукции в современном мире является наиважнейшей проблемой, ведь от того, как решается данная проблема зависит экономическая и социальная ситуация в стране. Данный фактор объективно воздействует на экономическую и социальную ситуацию в нашей стране, создавая трудности для конкуренции продукции с зарубежной, снижения темпов экономического роста из-за неспособности конкурировать. В странах Запада все иначе, наблюдается повышение эффективности производства и рост экономики, связано это, прежде всего с хорошим качеством продукции. Качество товара в наше время является основным критерием при выборе товаров покупателями, ведь от безопасности, надежности, дизайна и других факторов зависит прибыль предприятия и его успех. Чтобы выжить в рыночных условиях хозяйствования необходимо иметь конкурентоспособную продукцию, а значит качественную, лучше, чем у конкурентов. В свою очередь,

конкурентоспособность связана с действием нескольких десятков факторов, среди которых можно выделить два основных - уровень цены и качество продукции.

Ключевые слова: продукция, качество, конкуренция, сертификация, издержки.

ANALYSIS OF PRODUCT QUALITY AND ITS COMPETITIVENESS IN MARKET CONDITIONS

Kirakosyan A.M.

Student,

Kemerovo State University

Kemerovo, Russia

Miloslavskaya R. A.

Student,

Kemerovo State University

Kemerovo, Russia

Abstract

The article discusses the main factors affecting the competitiveness of products, where the main focus is on quality. The main quality certificates and their characteristics, as well as methods to improve product quality are given. The quality of products in the modern world is the most important problem, because the economic and social situation in the country depends on how this problem is solved. This factor objectively affects the economic and social situation in our country, creating difficulties for the competition of products with foreign products, slowdown in economic growth due to the inability to compete. In Western countries, everything is different, there is an increase in production efficiency and economic growth, this is due primarily to good product quality. The quality of goods in our time is the main criterion for the selection of goods by customers, because the profit of the enterprise and its success depend on safety, reliability, design and other factors. In order to survive in a market economy, it is necessary to have competitive products, which means high-quality, better than

competitors. In turn, competitiveness is associated with the action of several tens of factors, among which two main ones can be distinguished - the price level and product quality.

Keywords: products, quality, competition, certification, costs.

Качество продукции в современном мире является наиважнейшей проблемой, ведь от того, как решается данная проблема зависит экономическая и социальная ситуация в стране. Данный фактор объективно воздействует на экономическую и социальную ситуацию в нашей стране, создавая трудности для конкуренции продукции с зарубежной, снижения темпов экономического роста из-за неспособности конкурировать. В странах Запада все иначе, наблюдается повышение эффективности производства и рост экономики, связано это, прежде всего с хорошим качеством продукции. Качество товара в наше время является основным критерием при выборе товаров покупателями, ведь от безопасности, надежности, дизайна и других факторов зависит прибыль предприятия и его успех. Чтобы выжить в рыночных условиях хозяйствования необходимо иметь конкурентоспособную продукцию, а значит качественную, лучше, чем у конкурентов.

Предприятия России всегда сталкиваются с трудностями в обеспечении качества продукции, ведь её руководители пытаются максимизировать прибыль, при этом сокращая издержки и жертвуя качеством продукции. В результате такой политики на предприятии происходит упадок, данная продукция просто не пользуется спросом, далее сокращается объем производства, люди теряют рабочие места, уменьшаются зарплаты и предприятие становится банкротом. В то же время решение проблемы качества продукции является наиважнейшей и прямопропорционально влияет на конкурентность товаров.

В свою очередь, конкурентоспособность связана с действием нескольких десятков факторов, среди которых можно выделить два основных - уровень цены и качество продукции. При этом качество продукции постепенно выходит на первое место. Производительность труда, экономия всех видов ресурсов уступают место качеству продукции. Новейший подход к стратегии

предпринимательства заключается в понимании того, что качество является самым эффективным средством удовлетворения требований потребителей и одновременно с этим снижения издержек производства.

Конкурентоспособность товара – это совокупность качественных и стоимостных характеристик товара, которые выгодно выделяет его из массы аналогичных товаров, и обеспечивают покупателю удовлетворение конкретных потребностей. Абсолютно конкурентоспособными товарами являются товары, которые только появились на рынке и не имеют аналогов.

Показатели конкурентоспособности можно оценить, сравнив продукцию с аналогичной или эталонной (которая имеет показатели эталона). А окончательное решение по выбору номенклатуры показателей, используемых при оценке конкурентоспособности продукции, принимается экспертной комиссией с учетом конкретных условий использования этой продукции и целей оценки. Целью разработки и построения модели конкурентоспособности предприятия является постановка стратегии, успешной для конкурирования в конкретной отрасли промышленности, и способной быть исполненной при имеющемся количестве навыков и капитала, у данного предприятия [3, С. 219-220].

Оценить конкурентоспособность продукции также можно на основе анализа его полезного эффекта. Полезный эффект – это отдача объекта, интегральный показатель как система используемых в конкретных условиях частных показателей качества объекта, удовлетворяющих конкретную потребность.

Ни для кого не секрет, что высокий спрос на продукцию и, следовательно, рентабельность производства обеспечивает конкурентоспособная продукция. Здесь мы говорим о позициях компании при расчетах издержек на производство продукции. Любая компания стремится производить максимально возможный качественный продукт при рациональной оптимизации издержек. При этом речь идет о потоке путей снижения затрат, не снижающих других показателей конкурентоспособности.

Основными вариантами оптимизации издержек являются следующие:

- экономия на масштабах производства (снижение постоянных затрат),
- экономия за счет повышения квалификации работников (производительность труда, организация производства),
- экономия за счет ресурсосберегающих технологий производства,
- экономия за счет рациональной конструкции изделий (снижение материалоемкости),
- экономия за счет местоположения в отрасли (низкие транзакционные издержки, близость к источникам сырья),
- экономия за счет эффективного управления (организационная структура, организационная культура) [5, С. 122-123].

В настоящее время все организации России могут сами выбирать выходить со своим продуктом в зарубежные рынки или нет, но на «чужом» рынке они столкнутся с проблемой оценки качества и надежности своей продукции.

Сертификация – это деятельность соответствующих органов управления и субъектов хозяйствования по подтверждению соответствия продукции установленным требованиям, в соответствии со стандартами или другими нормативными документами по стандартизации. Сертификация продукции подразумевает гарантию потребителю в том, что она соответствует установленным требованиям качества [8, С. 65].

Сертификация предполагает точные и полные требования к продукту, определенные нормативной документацией, высокий уровень контроля качества продукта, полную ответственность производителя за качество сертификации и информированность производителя о методах испытаний в системе контроля.

Сертификация была создана с целью защиты рынка государств от некачественного товара, которая непригодна для использования человеком. Поэтому данный вопрос регулируется на законодательном уровне государств, где устанавливают ответственность поставщиков и производителей за производство и ввод в обращение некачественной продукции, которая не соответствует к обязательным минимальным требованиям к качеству продукта.

Например, в России существует Федеральный закон «О защите прав потребителей», также существуют международные соглашения между странами в мире.

Наиболее распространенным в Российской Федерации является сертификат качества на продукцию, полученный в системе ГОСТ Р. Также все большее распространение получают сертификаты ISO серии 9000. Этот сертификат подтверждает соответствие международным стандартам, в отличие от большинства национальных сертификатов, подтверждение соответствия стандартам ISO признается во многих странах, с которыми Россия имеет договора в области признания результатов сертификации.

Сертификат iso серии 9000 является добровольным сертификатом, подтверждающим соответствие продукции требованиям международных стандартов качества. На международные стандарты ИСО переходят многие отечественные компании, так как соответствие выпускаемой продукции этим стандартам способствует выходу на международный уровень. Получение сертификата ИСО не заменяет обязательной сертификации. На продукцию, входящую в соответствующие перечни, необходимо оформление обязательного сертификата в системе ГОСТ Р или принятие декларации соответствия.

Сертификат iso 9001 – это документ, подтверждающий наличие на предприятии системы менеджмента качества. В отличие от привычной стандартизации и сертификации, стандарты ИСО были разработаны не в отношении отдельных видов продукции, а в отношении правил их производства и приемки, способствующих выпуску продукции высокого качества. Сертификат iso 9001, в первую очередь, является подтверждением того, что качеству продукции уделяется внимание на всех стадиях ее производства, начиная от разработки, заканчивая окончательной приемкой. Сертификат iso является гарантией высокого качества продукции, а также надежности компании-производителя, ее профессиональной компетентности [6, С. 90].

Помимо данного сертификата на анализируемом мною предприятии используется сертификат OHSAS 18001.

Требования стандарта OHSAS 18001 / ISO 45001 применяются в области защиты здоровья и жизни персонала, производственной безопасности вне зависимости от отрасли предприятия, его размера, месторасположения, социальных условий. Задачей данного стандарта заключается в систематизированном улучшении процесса, для чего первоначально осуществляется анализ рисков, предпринимаются меры по их предупреждению.

Также предприятие использует стандарт ISO 14001. Требования ISO 14001 могут быть внедрены в дополнение к требованиям ISO 9001, OHSAS 18001 и требованиям других стандартов.

Целью ISO 14001 является обеспечение основ для комплексного стратегического подхода к политике по охране окружающей среды организации, планов и действия организации. Система экологического менеджмента может быть сертифицирована на соответствие требованиям стандарта ISO 14001. Хотя подобная сертификация является добровольной, такая оценка системы экологического менеджмента независимой, третьей стороной может быть потребована потребителями.

Сертификация качества в целом сейчас считается залогом успешного предприятия, ведь тем самым оно доказывает качество своей продукции, соответствие её международным стандартам, которые являются более строгими по отношению к российским (не на все конечно). Да и ведение бизнеса без сертификата качества уже настораживает потребителей, но некоторые сертификаты не являются обязательными, они вводятся компаниями для увеличения влияния, спроса на рынке, так как они открыто показывают свою продукцию.

Список литературы

1. ГОСТ 15467-79 «Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения» [Электронный ресурс] / URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200001719> (дата обращения: 18.12.2019).
2. Азоев, Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика [Текст] / Г. Л. Азоев. - М.: Центр экономики и маркетинга, 2013. - С 142-144.

3. Гирева, И. В. Конкурентоспособность товара как составная часть конкурентоспособности хозяйствующего субъекта [Текст] / И. В. Гирева // Проблемы развития предприятий. – 2014. – № 1. – С. 219-221.
4. Глухов, А. И. Оценка конкурентоспособности товара и способы ее обеспечения [Текст]: Учебное пособие / А. И. Глухов. - М.: Маркетинг, 2013. – 458с.
5. Ершов, А. Ю. Факторы, определяющие конкурентоспособность товаров [Текст] / А. Ю. Ершов // Поколение будущего: взгляд молодых ученых. – 2015. – № 1. – С. 120-124.
6. Калимуллина, З. А. Анализ структуры ISO 9001:2015 от ISO 9001:2008 [Текст] / З. А. Калимуллина // Новые технологии – нефтегазовому региону. – 2016. – № 1. – С. 89-91.
7. Лупанин, В. П. Система показателей качества [Текст] / В. П. Лупанин, Т. А. Куликова // Телекоммуникации и транспорт. – 2013. – № 7. – С. 78-83.
8. Навроцкая, Н. А. Трансформация инвестиционно-производственного пространства как условие экономической интеграции [Текст] / Н. А. Навроцкая, Н. Ю. Сопилко // Вопросы региональной экономики. – 2013. – № 2. – С. 63-69.
9. Никитина, Е. А. Взаимосвязь показателя конкурентоспособности предприятия и конкурентоспособности товара [Текст] / Е. А. Никитина // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В. Г. Шухова. – 2013. – № 4. – С. 125-128.