

Студент 4 курсу  
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ

## **ЛОГІСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ**

*Анотація. Розглянуто теоретичні положення логістичного забезпечення якості та конкурентоспроможності продукції з метою успішного функціонування підприємств.*

*Аннотация. Рассмотрены теоретические положения логистического обеспечения качества и конкурентоспособности продукции с целью успешного функционирования предприятий.*

*Annotation. The theoretical problems of logistics of product quality and competitiveness with a view to the successful operation of enterprises are considered.*

*Ключові слова: якість, логістика, конкурентоспроможність, продукція.*

Дана тема актуальна в наш час, тому що у зв'язку зі становленням ринкових відносин в останні роки почав активно розвиватися новий науково-практичний напрямок – логістика. Логістика охоплює всю сферу діяльності підприємства, прагнучи на всіх стадіях розвитку виробництва скоротити витрати і випустити продукцію заданої кількості та якості у встановлені терміни та у встановленому місці. Підприємства, що перейшли на систему організації виробництва за принципами логістики, стабільно забезпечують конкурентоспроможність своєї продукції.

Мета дослідження – подальший розвиток теоретичних положень логістичного забезпечення якості та конкурентоспроможності продукції з метою успішного функціонування підприємств.

Аналіз даної теми ґрунтується на роботах таких відомих економістів, як: Окландер М. А., Янченко В. Ф., Григорак М. Ю., П. ван Донкелаар, Ліфиць І. М., Миротин Л. Б., Іванов С. Б.

Зростання українських підприємств проходило в умовах відсутності конкуренції. Тобто для успішного функціонування компанії в Україні необхідно було зайняти вільну нішу. Але ситуація з кожним роком змінюється, а саме вільних ніш в економіці стає все менше, конкуренція загострюється. Таким чином, екстенсивне зростання українських компаній у подальшому буде сповільнюватися та згодом перемістяться на інтенсивний тип розвитку виробництва. Внаслідок цього керівники підприємств знаходяться в постійному пошуку нових (адекватних умов конкуренції) інструментів управління підприємствами і важелів підвищення їх конкурентоспроможності. Проблема підвищення конкурентоспроможності підприємства і, як наслідок, продукції відображає практично всі сторони життя суспільства і тому незмінно перебуває під пильною увагою держави в розвинених ринкових країнах [1].

Досягнення високої якості продукції значною мірою є результатом діяльності, що передує безпосередньому контакту зі споживачами. Кінцевий результат діяльності забезпечується, з одного боку, раціональним вибором ринку збуту та відповідної клієнтури, а з іншого – тим, наскільки раціонально і ефективно організовані матеріальні потоки, що включають постачання сировиною, матеріалами, комплектуючими виробами, їх транспортування, зберігання, складування та їх необхідне перетворення. Саме ці процеси є предметом логістики [2; 3].

Григорак М. Ю. зазначає, що завдяки потенціалу логістики можливо підвищити організаційно-економічну стійкість і конкурентні позиції підприємства на ринку [4]. Ця теза досить чітко підкреслює те, що сьогодні конкурентні переваги отримують ті підприємства, які керуються логістичною стратегією.

Підприємств, що випускають однорідну продукцію, зараз велика кількість. У зв'язку з цим між ними виникає жорстка конкуренція за те, щоб зайняти лідируючі позиції на ринку. Тому випуск якісної, але в той же час недорогої і конкурентоспроможної продукції – головне завдання підприємства.

Якість є системоутворюючим фактором конкурентоспроможності продукції. За сучасних умов питання про те, якою має бути якість продукції, пов'язане з найрізноманітнішими аспектами життя людини. П. ван Донкелаар, відомий спеціаліст з питань якості, запропонував нове формулювання поняття "якість", яке б повною мірою відображало існуючий підхід до проблеми. Він вважає, що виріб має хорошу якість тільки в тому випадку, якщо при мінімальній вартості життєвого циклу він забезпечує максимальний внесок у задоволення потреб людей, що беруть участь у його проектуванні, виготовленні, використанні, підтримці в працездатному стані і відновленні, при мінімальних витратах енергії та інших ресурсів і з прийнятним впливом на навколишнє середовище і людину [5].

З наведеного формулювання очевидно, що при розгляді якості продукції сьогодні необхідно мати на увазі не тільки технічні та економічні показники, а й екологічні, ергономічні, правові, соціологічні та інші фактори.

На створення сучасної стратегії якості надають рішучий вплив два фактори.

Перший фактор – це нове величезне значення якості продукції для формування купівельних звичок споживачів. Дослідження ринку, проведені останнім часом [6], довели, що споживачі при винесенні рішення про закупівлю, надають якості таке ж, якщо не більше, значення, як і ціні. Однією з основних причин, що викликали ці значні зміни, на думку дослідників, є інфляція. Для середнього споживача товари, що мають більш високі ціни, майже

Другим фактором є те, що підвищення якості стало для фірм одним з найбільш ефективних шляхів зростання продуктивності і скорочення витрат в нинішніх економічних умовах. Деякі, найбільш процвітаючі фірми, усвідомили, що їх готові до використання потенційні можливості можуть бути реалізовані тільки через ефективні програми якості. Донедавна вважалося, що найбільш високий рівень якості обумовлений великими витратами на виробництво виробу. Насправді висока якість означає раціональне використання ресурсів, наявних у розпорядженні компаній. Фірми, які мають сильне керівництво і здатні технічні кадри для впровадження цього принципу у свої ділові операції, отримали чудові результати зі скорочення витрат і підвищення продуктивності [6].

Ці два істотні фактори – зміни в купівельних звичках і значення якості для продуктивності й вартості – призвели до значної зміни функцій програм якості в різних підприємствах [6].

Отже, базуючись на сказаному можна зазначити, що думки економістів практично єдині в тому, що стратегія якості – необхідна складова стратегії конкурентоспроможності підприємства. На погляд автора, стають очевидними такі твердження, пов'язані з реалізацією поставленої мети:

- конкурентоспроможною може бути визнана тільки така продукція, яка володіє різними за своєю природою показниками, що не поступаються відповідним показникам проданого товару в умовах конкретного ринку;

- комплексне дослідження ринку, за допомогою методів сучасного маркетингу має бути основою для оцінки конкурентоспроможності будь-якого виду продукції. Це дозволить не просто знайти і вивчити аналоги випущено компанією товару, але й правильно оцінити місце товару в освоєній ніші в зіставленні з можливим перспективним збільшенням ринкового сегмента збуту;

- при придбанні товару споживач зупиняє свій вибір на тому продукті, який найбільшою мірою задовольняє його потребу.

Таким чином, конкурентоспроможність товару визначається (на відміну від якості самого продукту) тільки тією сукупністю властивостей, які становлять безсумнівний інтерес (коли сукупності параметрів самого товару, упаковки та брэнда збігаються) для певної групи покупців.

Щоб виявити взаємозв'язок логістики компанії з якістю, виробленої цією компанією продукції (послуг), необхідно дати відповідь на запитання: на які з виявлених п'яти складових якості впливає логістика компанії? (таблицю розроблено автором на основі роботи [7]).

Таблиця

#### Напрями та засоби впливу логістики на складові якості товару

Складові якості товару	Напрями та засоби впливу логістики
1. Функціональність	Це набір функцій продукту або послуги. Функціональність самого продукту швидше лежить поза областю дії логістики, тому що функціональність закладається під час маркетингових досліджень і подальшого проектування продукту. Але функціональність і якість виконання післяпродажного (логістичного) сервісу традиційно належить до галузі логістики, а гарна організація цих процесів істотно позначається на задоволеності споживачів
2. Відповідність продукту (послуги) вимогам специфікації та іншим нормативам	Ця відповідність лише частково лежить в області дії логістики. Виробничі процеси відрізняються від логістичних тим, що в них відбувається перетворення ресурсів у готову продукцію, зміна їх функціональності, контроль дотримання вимог технічних умов та специфікацій
3. Якість поставки продукту (послуги)	Це головна складова якості, що забезпечується системою логістики на підприємстві. Якість поставки залежить від багатьох факторів: закупівлі і постачання (закупівельна логістика), планування виробництва, потреб у сировині і матеріалах (виробнича логістика), організації зберігання сировини, матеріалів і готової продукції (складська логістика), організації та плануванні доставки сировини, матеріалів і готової продукції (транспортна логістика)
4. Якість взаємодії зі споживачем	Знаходиться скоріше поза областю дії логістики, тому що це елемент корпоративної культури і технології продажів. Однак, вплив організації процесів у цій галузі, особливо в частині логістичного сервісу, можна віднести до сфери дії логістики
5. Складова, що характеризує якість діяльності організації	В основу оптимізації виробничо-логістичної системи можуть бути покладені методи, пов'язані з референтною моделлю SCOR (Supply-Chain Operations Reference-model). На сьогодні ця модель визнається в якості міжнародного міжгалузевого стандарту при плануванні та управлінні ланцюгами поставок. Підтримка цього стандарту свідчить про зрілість логістичних процесів компанії і, отже, підвищує довіру споживача та її конкурентоспроможність

Таким чином, логістичне забезпечення рівня якості відповідно до вимог, які висуваються покупцями на даному ринку, є одним з важливих і обов'язкових умов конкурентоспроможності продукції товаровиробника. Звідси випливає, що на товарних ринках постійно йде конкурентна боротьба: змінюються умови, з'являються нові товари, посилюється значущість брендів, модифікується або створюється нова упаковка – в результаті чого підприємствам необхідно постійно проектувати, виробляти і збувати в тих чи інших конкретних умовах товари, які користуються більш пріоритетним попитом у споживачів за комплексом цінових і нецінових характеристик, ніж товари конкурентів.

**Література:** 1. Окландер М. А. Логістика : навч. посібн. / М. А. Окландер. – К. : Зовнішня торгівля, 2005. – 234 с. 2. Янченко В. Ф. Управление качеством в сфере услуг. Системно-логистический подход : монография / В. Ф. Янченко. – СПб. : РГПУ им. А. И. Герцена, 2001. – 352 с. 3. Миротин Л. Б. Эффективная логистика / Л. Б. Миротин. – М. : Экзамен, 2002. – 160 с. 4. Зубар Н. М. Логістика у ресторанному господарстві : навч. посібн. для студ. вищ. навч. закл. / Н. М. Зубар, М. Ю. Григорак. – К. : Центр навчальної літератури, 2010. – 308 с. 5. Donkelaar van P. Naturverträgliche Technologien für Produkte, die mit der Natur in Einklang stehen. Ehningen/Böblingen/ Börlin. – М., 1991. 6. Лифиц И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг / И. М. Лифиц. – М. : Высшее образование, 2007. – 390 с. 7. Иванов С. В. Роль логистики в обеспечении качества и конкурентоспособности / С. В. Иванов // Логинфо. – 2008. – № 10(88). – С. 12–13.