

відтворення виробництва цієї продукції у наступному виробничому циклі мінімально необхідною умовою є забезпечення досягнення точки беззбиткового виробництва.

Для покращення беззбиткового виробництва якісних характеристик продукції сільського господарства та її конкурентоспроможності необхідно:

— удосконалювати систему техніко-технологічних й агротехнічних заходів виробництва продукції та її збут;

— впроваджувати нові ресурсо- та енергозберігаючі технології вирощування, транспортування, зберігання, переробки і реалізації продукції;

— підвищувати рівень конкурентоздатності на всіх етапах;

— впроваджувати нові високопродуктивні сорти й гібриди, високопродуктивні породи тварин і птиці;

— запроваджувати інноваційні технологічні проекти;

— інтенсифікувати виробництво за рахунок використання сучасних технологій;

— виконувати комплекс природоохоронних та екологічних заходів щодо охорони та підвищення родючості ґрунтів;

— розвивати інфраструктуру аграрного ринку, а також координувати інноваційну спрямованість розвитку агропромислового комплексу.

Отже, конкурентоспроможність – це запорука ефективної діяльності суб'єктів ринку, тобто це спроможність, вміння досягати законним шляхом найвищих економічних та соціальних переваг.

## **ФАКТОРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ЇЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ**

***КОЛОСОВСЬКИЙ О.О., СТУДЕНТ,\*  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

В умовах розвитку міжнародної торгівлі і споріднених їй видів діяльності, усіх окремих підприємств та галузей економіки на зовнішньому і внутрішньому ринках повністю залежить від того, наскільки їх продукція або послуги відповідають стандартам якості.

---

\* Науковий керівник – Зайка С.О., ст. викладач

Якість, як економічна категорія, відбиває сукупність властивостей продукції, що зумовлюють ступінь її придатності задовольняти потреби людини відповідно до свого призначення. Від її вирішення в значній мірі залежить успіх і ефективність національної економіки. При цьому необхідно враховувати те, що підвищення якості продукції – задача довгострокова і безперервна. Рівень якості продукції не може бути постійною величиною. Вироби залишаються технічно прогресивними, зручними, красивими, модними до тих пір, доки їм на зміну не придуть нові, ще більш досконалі, що обумовлено процесами глобалізації в науці і техніці. Але на кожному часовому етапі якість продукції повинна бути оптимальною, тобто такою, що максимально задовольняє потреби споживачів при відносно мінімальних затратах на її досягнення.

З розвитком науково-технічного прогресу проблема якості не спрощується, а, навпаки, стає складнішою. Тому вирішувати її традиційними методами, тобто лише шляхом контролю якості готової продукції, практично неможливо. Повинен бути комплексний, системний підхід, реалізація якого можлива лише в рамках системи управління якістю [1]. Тому, ми вважаємо, що проблема забезпечення і підвищення якості продукції актуальна для всіх країн і підприємств.

В останні десятиліття одним із важливих механізмів гарантії якості стала сертифікація, яка переросла в норму торгових відносин будь-якого рівня. Якщо на ранніх етапах появи і розвитку сертифікації в її проведенні був зацікавлений головним чином виробник і споживач, то зараз до вирішення задач сертифікації залучені громадські і приватні виробники, споживачі та науково-технічні організації, уряди більшості країн і навіть міжурядові організації.

Сертифікація продукції пов'язана з оцінкою показників її якості, тобто оцінка їх з використанням певних засобів вимірювання, достовірність і точність яких вивчає метрологія. Тому значно зростає роль метрологічного забезпечення якості продукції. Таким чином, проблема забезпечення якості продукції є комплексною: науковою, технічною, економічною і соціальною, і у вирішенні її повинні приймати участь висококваліфіковані спеціалісти, які вільно володіють сучасними методами управління якістю, незалежно від того, в якому секторі вони працюють: державному чи приватному, на великих підприємствах чи в малому і середньому бізнесі, тому що загальні принципи організації і забезпечення високої якості продукції та послуг не залежать від розміру підприємства [3].

Зараз виготовляється багато продукції яка б могла стати конкурентоспроможною на світовому ринку, але їй не вистачає забезпечення якості. Це може бути обумовлено тим, що підприємці не

знають як досягти більш високої якості без великих витрат, або допускаються деяких помилок при забезпеченні якості своєї продукції [1]. Тому ми вважаємо, що ця тема потребує детального опрацювання.

В умовах ринкових відносин якість забезпечується і гарантується підприємством. А якщо вона не забезпечується і не гарантується – підприємство гине: автоматично забезпечує це той же ринок, але нормальний ринок, із збалансованим попитом і пропозицією.

В 60-70-і роки вважали, що для успіху виробника достатньо, щоб продукції було багато і вона була дешевою. В 80-і роки стало очевидним, що виникла конкуренція не ціні, а якості: 80 % покупців приймали рішення про покупку, звертаючи увагу в першу чергу на якість продукції. Таким чином, конкурентоспроможною могла стати лише продукція, яка мала, при інших рівних умовах, меншу виробничу собівартість і вищу якість [2].

На якість продукції впливає значна кількість факторів, які діють як самостійно, так і в взаємозв'язку між собою, як на окремих етапах життєвого циклу продукції, так і на кількох. Всі фактори можна об'єднати в 4 групи: технічні, організаційні, економічні і суб'єктивні. А тепер більш детально про них. 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. Організаційним факторам, нажаль, ще не приділяється стільки уваги, скільки технічним, тому дуже часто добре спроектовані і виготовлені вироби в результаті поганої організації виробництва, транспортування, експлуатації і ремонту достроково втрачають свою високу якість. До економічних факторів належать: ціна, собівартість, форми і рівень зарплати, рівень затрат на технічне обслуговування і ремонт, ступінь підвищення продуктивності суспільної праці та інше. В забезпеченні якості значну роль відіграє людина з її професійною підготовкою, фізіологічними і емоціональними особливостями, тобто мова йде про суб'єктивні фактори. Від професійної підготовки людей, які зайняті проектуванням, виготовленням і експлуатацією виробів, залежить рівень використання вище розглянутих факторів [2]. Для визначення абсолютного рівня якості виготовлюваних або освоєваних виробництвом нових виробів застосовують об'єктивний та

органолептичний методи, а диференційований і комплексний для – відносної оцінки рівня якості окремих видів продукції [1].

Певна кількість продукції кращої якості (вищого технічного рівня) здатна повніше задовольнити суспільні потреби, ніж та або навіть більша кількість гіршого гатунку. Підвищення якості (технічного рівня) насамперед знярядь праці справляє неабиякий вплив на прискорення темпів певних напрямків науково-технічного прогресу. Зокрема підвищення надійності машин, устаткування, приладів та інших технічних пристроїв забезпечує розширення масштабів розвитку комплексної механізації та автоматизації виробничих процесів, гнучких автоматизованих виробництв тощо.

Зрештою високоякісна продукція повніше і дешевше задовольняє різноманітний попит населення на споживчі товари. Лише постійний і зростаючий випуск конкурентоспроможної продукції (за технічним рівнем, дизайном, ціною продажу, експлуатаційними витратами) є необхідною умовою виходу того чи іншого підприємства на світовий ринок, формування сталого іміджу продуцента як економічно надійного партнера на ньому, розвиток зовнішньоекономічної діяльності, забезпечення стабільного прибутку і фінансового становища [1].

Отже, як витікає із вищезазначеного, визначення якості продукції є однією з найважчих задач. І для того, щоб проконтролювати якість продукції на підприємстві застосовують сувору перевірку. Сама по собі вона не може поліпшити якість виготовленої продукції. Більш того, тоді як показали останні дослідження, 60-70 % всіх дефектів, виявлених на виробництві, прямо або посередньо відносяться до помилок, допущених на таких ділянках, як проектування, технологічна підготовка виробництва і закупівля матеріалів, майже всі перевірки і дії з управління якістю все-таки спрямовані на виробничу ділянку. Щоб бути ефективним, цей процес повинен охоплювати операції всіх відділів, включаючи ті, які займаються маркетингом, проектно-конструкторськими розробками, технологією, виробництвом, пакуванням, диспетчеризацією і транспортуванням.

### **Література.**

1. Бойчик І.М. Економіка підприємства: [Навчальний посібник]. - вид. 2, допов. перероб. - К.: Атіка, 2007. – 528 с.
2. Курочкин А.С. Операционный менеджмент: [Учеб. пособие]. – К.: МАУП, 2000 – 144 с.
3. Лукашевич В.М. Економіка праці та соціально трудові відносини: [Навчальний посібник]. - Львів: «Новий Світ-2000», 2008. – 248 с.