

побудову та розрахунок окремих показників-індикаторів фінансових коефіцієнтів, інші пропонують порівнювати дані підприємства із відповідними даними вже збанкрутілих організацій (якщо більшість критеріїв співпадають – це є свідченням небезпеки для суб'єкта господарювання).

Окремим напрямом роботи щодо попередження банкрутства є прогнозування можливості його настання. Для цього найчастіше використовується спеціальне програмне забезпечення, що дозволяє різносторонньо провести імітаційне моделювання, дискримінантний чи кластерний аналіз.

Найбільш об'єктивними методиками є ті, що поєднують дослідження як кількісних, так і якісних значень показників, адже не завжди погіршення певного фінансового показника є критично важливим та деструктивним для підприємства і навпаки, кількісно оцінити інтенсивність конкуренції чи загроз зі сторони конкурентів чи споживачів об'єктивно є досить складно.

Щодо якісних оцінок, процедура їх визначення є доволі традиційною – обирається критерій, окремим діапазоном відповідностей до яких присвоюються певні значення. Далі ці значення переводяться у ту систему оцінок, яка використовується при проведенні розрахунку інтегрованого показника. Саме формування інтегрованих показників може нівелювати різноплщинність індикаторів та надати прогнозу об'єктивності.

Зазвичай, в процесі прогнозування повинні визначатися окрім нормативних значень показників ще й діапазони можливих відхилень. Такі діапазони можуть мати різний розкид для підприємств, оскільки в одних галузях динамічність є досить високою, мають місце прояви факторів сезонності або ситуативні відхилення. Для інших, діяльність яких є стійкішою, такі відхилення є неприпустимими та свідчать про погіршення стану господарюючого суб'єкту.

Тому розробка процедури запобігання кризовим явищам підприємства, що можуть провокувати банкрутство, є важливим елементом управлінської роботи організації.

УДК 339.1

Наталія Шведа, к.е.н., доцент

Оксана Романюк – ст.гр. БМм-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ОЦІНКА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ МІЖ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ТА ЇЇ ЯКІСТЮ

Nataliia Shveda, Ph.D., Associate Professor

Oksana Romaniuk, student

Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ukraine

ESTIMATION OF INTERRELATION BETWEEN THE PRODUCT COMPETITIVENESS AND ITS QUALITY

Сучасний етап розвитку ринкової економіки України характеризується перенасиченням ринку дешевими товарами, динамічними впливами процесів

глобалізації, а також загостренням конкуренції. Ці та інші фактори економіки диктують суворі правила для функціонування підприємств, мотивуючи їх до інтенсивного пошуку та реалізації нових методів вдосконалення конкурентоспроможності продукції.

Конкурентоспроможність – це набір відмінних характеристик продукції, які цікавлять споживача з метою задоволення певних потреб, що сприяє продукції витримати ринкову конкуренцію в певний період часу. Таким чином, конкурентоспроможність ґрунтується на порівнянні товару з великою кількістю товарів-конкурентів та здатності при цьому відрізнитися серед інших високим рівнем задоволення вимог споживача. На рівень конкурентоспроможності продукції впливають такі аспекти як реклама, терміни поставки, сервісне обслуговування, зміна кон'юнктури ринку, пропозиції товарів-конкурентів, цінова політика.

Основною рушійною силою для оцінювання конкурентоспроможності продукції є рівень її якості. Впродовж багатьох років вважалося, що для успіху підприємству достатньо забезпечувати великий об'єм виробництва, збуту продукції та її низьку ціну. Лише у 80-ті роки ХХ століття стало очевидним, що виникла конкуренція не цін, 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. Тому сьогодні весь світ працює над проблемою забезпечення високої якості [2].

Визначення категорії «якість» можна формулювати з погляду виробника продукції та її споживача, в результаті твердження будуть кардинально різними:

- з погляду виробника продукції якість – це придатність для використання (відповідність призначенню);

- з погляду споживача продукції якість – це рівень задоволення від споживання (для досягнення якого виробник повинен дізнатися вимоги споживача і виготовити продукцію, яка б відповідала цим вимогам).

Отже, якість – це сукупність характеристик продукції, що формують рівень її придатності задовольняти вимоги споживача згідно свого призначення. Якість продукції виступає важливою передумовою успішної, результативної та ефективної підприємницької діяльності. Її вимірюють системою показників, що характеризують функціональність, надійність, довговічність, ремонтпридатність, економічність, легкість у користуванні, дизайн, відповідність моді та законам естетики та інші споживчі властивості продукції.

Якість продукції є опорою її конкурентоспроможності, але ці два поняття не слід вважати спорідненими, оскільки між ними існують суттєві відмінності:

- відмінність у визначенні. На відміну від якості, конкурентоспроможність визначається сукупністю характеристик, які цікавлять споживача з метою задоволення певних потреб, інші властивості продукції не розглядаються. Наприклад, для побутових приладів це може бути скільки разів продукцію піднімали і опускали перш, ніж вона потрапила на прилавок магазину, на обладнанні якої фірми виготовлялася продукція, яку відстань вона подолала на шляху до споживача тощо. Якість охоплює характеристики, які закладені в товар у процесі його розробки і виробництва. Якщо для досягнення високого рівня якості підприємству довелось суттєво підвищити ціну на

продукцію, то вона автоматично стає менш конкурентною, адже споживач прагне отримати максимальне задоволення потреб за мінімальну ціну;

- відмінність в оцінці. Для оцінки рівня якості порівнюють значення параметрів якості з базовими значеннями. Таким чином, порівнюють лише однорідні товари, що значно звужує коло можливостей. Конкуренстоспроможність оцінюють порівнянням показників товару і товару-конкурента з вимогами споживача. Це надає можливість порівнювати не лише однорідні, а й неоднорідні товари;

- відмінність у приналежності до ринкової економіки. Конкуренстоспроможність є категорією, що відображає основну характеристику ринку – конкуренцію. Натомість, якість належить до групи тих категорій, які притаманні не лише ринковій економіці.

Таким чином, дані поняття не можна ототожнювати, як і заперечувати міцний зв'язок між ними.

Необхідність забезпечення і підвищення якості продукції як основної складової частини конкурентоспроможності аргументується наступними причинами:

- безперервне і кількісне зростання потреб (особистих, суспільних, виробничих), їх якісний розвиток і видозміна;

- зростання ролі і темпів науково-технічного прогресу і застосування його досягнень в різних галузях, аспектах діяльності;

- удосконалення і ускладнення конструкцій виробів, що випускаються, підвищення значущості функцій, які виконуються ними; наслідок, можливе зростання вартості браку;

- посилення вимог до інтенсифікації виробництва, а також підвищення його ефективності;

- посилення конкуренції на внутрішніх і світових ринках [1].

Перелічені причини вкотре направляють підприємство на взяття за основу своєї діяльності постійне покращення якості продукції. Спрямування на якість допоможе підприємству розширити зайняту частку ринку, підвищити існуючий рівень конкурентоспроможності, зберегти і примножити конкурентні переваги.

Чимало підприємств розуміють забезпечення якості як виробництво продукції без дефектів, які можуть негативно вплинути на її продаж і тим самим принести збитки, забуваючи про те, що продукція до того ж повинна відповідати властивостям, що цікавлять споживачів. Заради підвищення рівня конкурентоспроможності підприємствам важливо постійно, а не епізодично виявляти потреби споживачів та задовольняти їх у повній мірі, випереджаючи конкурентів.

Використана література

1. Вандяк Н.П. Значення підвищення якості продукції на підприємствах харчової промисловості / Вандяк Н.П. // Стратегія ресурсозберігаючого використання аграрно-економічного потенціалу на основі активізації інноваційно-інвестиційної діяльності – об'єктивна передумова інтеграції країни в світове співтовариство. Збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції 18 травня 2007 р. – Тернопіль, 2007. – С. 39

2. Якість продукції. Суть якості та її роль в забезпеченні зростання технологічного та виробничого процесів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://alive-inter.net/ukr/referat-39363uofvk> – Назва з екрану.