

# PRODUCT QUALITY AS AN ENTERPRISE'S COMPETITIVENESS CRITERION

Kuluyev R.R.<sup>1</sup>, Saidova F.C.<sup>2</sup> (Republic of Uzbekistan)

Email: Kuluyev450@scientifictext.ru

<sup>1</sup>Kuluyev Ruslan Raisovich - PhD Candidate;

<sup>2</sup>Saidova Feruzabonu Saydaminovna – Master,

DEPARTMENT OF METROLOGY, STANDARDIZATION AND CERTIFICATION,

TASHKENT STATE TECHNICAL UNIVERSITY,

TASHKENT, REPUBLIC OF UZBEKISTAN

**Abstract:** *the article says that at present, the competitiveness of enterprises depends, first of all, on the quality of the products or services provided and on its ability to satisfy consumers' requirements. Almost every company today faces the fact that competition is growing, the complexity of products is increasing, and innovation cycles are becoming shorter. The modern market economy dictates fundamentally new requirements for the quality of products. This trend is explained by the fact that the survival potential of the company, as well as its stable position in the market of goods and services, is determined by the level of competitiveness, which, in turn, depends on a dozen factors, but above all on the level of prices and product quality. In today's world, product quality is highlighted, leaving behind labor productivity as well as saving all kinds of resources.*

**Keywords:** *competitiveness, quality, consumers, market economy.*

## КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ КАК КРИТЕРИЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Кулуев Р.Р.<sup>1</sup>, Саидова Ф.С.<sup>2</sup> (Республика Узбекистан)

<sup>1</sup>Кулуев Руслан Раисович – докторант PhD;

<sup>2</sup>Саидова Ферузабону Сайдамин кизи – магистр,

кафедра метрологии, стандартизации и сертификации,

Ташкентский государственный технический университет,

г. Ташкент, Республика Узбекистан

**Аннотация:** *в статье говорится, что в настоящее время конкурентоспособность предприятий зависит, в первую очередь, от качества производимой продукции или оказываемых услуг и от его возможности удовлетворить требования потребителей. Почти каждое предприятие сталкивается сегодня с тем, что конкуренция растет, увеличивается сложность продуктов и инновационные циклы становятся более короткими. Современная рыночная экономика диктует принципиально новые требования к качеству выпускаемой продукции. Такая тенденция объясняется тем, что потенциал выживания фирмы, а также ее устойчивое положение на рынке товаров и услуг определяются уровнем конкурентоспособности, который, в свою очередь, зависит от десятка факторов, но прежде всего от уровня цен и качества продукции. В современном мире качество продукции выдвигается на первый план, оставляя позади себя производительность труда, а также экономию всех видов ресурсов.*

**Ключевые слова:** *конкурентоспособность, качество, потребители, рыночная экономика.*

В условиях мировой глобализации и перенасыщенного рынка конкуренция обостряется, поэтому для удержания места на рынке все больше производителей во всем мире вынуждены искать решения, обеспечивающие им долговременное лояльное отношение со стороны потребителей, клиентов, персонала, других заинтересованных сторон общества.

В настоящее время конкурентоспособность предприятий зависит, в первую очередь, от качества производимой продукции или оказываемых услуг и от его возможности удовлетворить требования потребителей. Почти каждое предприятие сталкивается сегодня с тем, что конкуренция растет, увеличивается сложность продуктов и инновационные циклы становятся более короткими. В этом случае утверждаются только те предприятия, продукты и услуги которых полностью выполняют требования клиентов. Качество предложенных продуктов играет при этом важную роль и является решающим фактором конкуренции. Стремление достичь качества все чаще является основным пунктом стратегии предприятия.

Комплексную оценку качества продукции можно рассматривать как двухэтапный процесс:

первый этап – оценка простых свойств;

второй этап – оценка сложных свойств, вплоть до качества в целом.

При выполнении каждого этапа нужно произвести ряд операций, которые перечислены в алгоритме комплексной оценки качества любого объекта (предмета или процесса) (Рис 1).

Современная рыночная экономика диктует принципиально новые требования к качеству выпускаемой продукции. Такая тенденция объясняется тем, что потенциал выживания фирмы, а также ее устойчивое положение на рынке товаров и услуг определяется уровнем конкурентоспособности, который, в свою очередь, зависит от десятка факторов, но прежде всего от уровня цен и качества продукции. В современном мире качество продукции выдвигается на первый план, оставляя позади себя производительность труда, а также экономию всех видов ресурсов. Концептуально новый подход к стратегии предпринимательства заключается в понимании того, что качество является самым эффективным средством удовлетворения требований потребителей и одновременно с этим снижения издержек производства. Для российских предприятий концепция системы качества представлена двумя основными тенденциями: рост требований заказчиков к качеству продукции и, одновременно, крайне низкий уровень оснащенности предприятий современной техникой. Посредством увеличения проблемы обеспечения оптимального уровня качества происходит усиление конкурентной борьбы за достижение и удержание определенных позиций на рынке. Достаточно высокий уровень качества продукции способствует повышению спроса на нее и, как следствие, увеличению суммы прибыли ни сколько за счет наращивания объема продаж, сколько за счет установления более высоких цен.



Рис. 1. Алгоритм комплексной оценки качества объекта

Под качеством продукции понимают совокупность потребительских свойств продукции, удовлетворяющих определенные потребности в соответствии с назначением. Качество является основным фактором, способствующим увеличению объема реализации и определяющим конкурентоспособность, как выпускаемой продукции, так и предприятия в целом. Тем не менее, повышение качества, как правило, связано с дополнительными затратами, которые приводят к увеличению себестоимости единицы выпускаемой продукции. В управленческом анализе выделяют обобщенные, индивидуальные и косвенные показатели качества продукции, которые характеризуют параметрические, потребительские, технологические, дизайнерские свойства изделия, уровень его стандартизации и унификации, надежность и долговечность. К обобщающим показателям качества относят: объем и удельный вес сертифицированной продукции в общем объеме выпуска; удельный вес

новой продукции в общем объеме ее выпуска; удельный вес продукции, соответствующей мировым стандартам; удельный вес экспортируемой продукции, в том числе в высокоразвитые промышленные страны.

Индивидуальные показатели качества продукции характеризуют одно ее свойств: полезность; надежность; технологичность; эстетичность изделий. Косвенные показатели представлены в виде штрафов за некачественную продукцию, потерь от брака и т.д. Основными задачами анализа качества являются: оценка технического уровня продукции; выявление отклонений технического уровня с базовым уровнем и теоретически возможным; анализ структуры выпуска продукции по соответствующим параметрам; выявление факторов, сдерживающих рост технического уровня продукции; поиск резервов повышения качества продукции и путей мобилизации этих резервов.

В случае если характеристикой качества продукции служит сорт и кондиция, рассчитывается доля продукции каждого сорта в общем объеме производства, средний коэффициент сортности, средневзвешенная цена изделия в равных условиях. Далее происходит сравнение доли каждого сорта в общем объеме продукции с планом (для изучения динамики качества - с данными прошлых лет). Если качество соответствующего вида продукции характеризуется сортностью, исчисляется коэффициент сортности, который определяется отношением цены данного сорта к цене высшего сорта. Если значение коэффициента сортности близко к единице, то можно судить о высоком качестве данной продукции. Другим показателем качества продукции является наличие или отсутствие претензий на низкое качество изделий или, так называемых, рекламаций покупателей. В рамках данного показателя необходимо провести анализ основных причин предъявления претензий и наметить пути устранения этих причин, а также определить какой процент к общему объему реализованной продукции составляют изделия, по которым получены рекламации, рассмотреть динамику этого процента в течение некоторого временного отрезка. Важным косвенным показателем качества производственного процесса предприятия является брак. Он подразделяется на исправимый и неисправимый. Исправимый брак характеризуется дефектом, который можно и целесообразно устранить. Неисправимый брак имеет дефект, не подлежащий устранению в силу того, что затраты по исправлению превышают стоимость новой детали.

Выпуск бракованной продукции ведет к повышению себестоимости продукции, снижению объема производства и, как следствие, к снижению прибыли и рентабельности. Основными причинами снижения качества товара могут быть низкий уровень квалификации рабочих, неисправность машин и оборудования, использование несовершенных производственных приспособлений и инструментов, средств измерительной техники, различные отступления от технологического процесса и др. Также важной причиной возникновения брака является получение сырья и материалов низкого качества. Использование некачественного сырья, а также ухудшение качества обработки материалов приводит к уменьшению количества получаемых первых сортов продукции и к увеличению выхода вторых и третьих сортов продукции, росту процента потерь от брака. После изучения причин снижения качества и образования брака по местам возникновения определяются центры ответственности и разрабатываются мероприятия по улучшению качества продукции.

К таким мероприятиям можно отнести: создание новых видов продукции; модернизация выпускаемой продукции; повышение качества изготовления выпускаемой продукции; внедрение новых прогрессивных технологий в производство; освоение выпуска новых передовых образцов и т.д.

Таким образом, производство продукции и предоставление услуг высокого качества является для предприятий принципиально важным источником конкурентного преимущества. Качество продукции способствует увеличению объема реализации товаров, получению прибыли. Данный фактор служит основным показателем конкурентоспособности продукции предприятия.

Конкурентоспособность служит выражением возможностей производителя создавать и продавать товары, работы, услуги. Под конкурентоспособностью понимается характеристика товара, которая показывает его отличие от товара конкурента по степени соответствия конкретной покупательской потребности, а также по затратам на ее удовлетворение. Конкурентоспособность продукции оценивается на основе исследований потребностей общества и требований рынка. Товар должен соответствовать определенным параметрам:

- техническим (свойства товара, область его применения и назначения);
- эргономическим (способность товара создавать ощущение удобства и комфорта при его использовании потребителем);
- эстетическим;
- нормативным (соответствие товара международным стандартам, нормативам);
- экономическим (затраты на приобретение товара).

Единичные показатели показывают процентное отношение уровня какого-либо технического или экономического параметра анализируемой продукции к величине того же параметра продукта, принятого за образец. Они рассчитываются по формуле(1):

$$q = P/P100 * 100, \quad (1)$$

где  $q$  – единичный параметрический показатель конкурентоспособности,  $P$  – величина параметра исследуемого продукта,  $P100$  – величина параметра продукта, принятого за образец и удовлетворяющего потребность на 100 процентов.

Таким образом, конкурентоспособность – это совокупность качественных и стоимостных характеристик товара, способствующих выделению этого товара среди товаров-конкурентов в удовлетворении конкретной покупательской потребности. Конкурентоспособность определяется следующими необходимыми элементами: свойствами данного товара; свойствами товаров конкурентов; потребностями покупателей. Особенное внимание следует уделить особенностям потребителей, так как они могут реагировать на тот же товар и его свойства самым различным образом, что влияет на конкурентоспособность. Данное обстоятельство следует учитывать маркетологам при исследовании рынка и продвижении товара. Из этого следует, что при оценке конкурентоспособности продукта недостаточно просто сравнить его свойства и параметры с продуктом-образцом или изделием-конкурентом. Важно изучить особенности поведения потребителей и их реакцию на товар. Качество продукции является одной из важнейших экономических категорий в современном мире, так как именно качество оказывает наибольшее влияние на конкурентоспособность продукта. Для контроля за качеством на предприятиях организуют специальные отделы и службы, деятельность которых направлена на определение, обеспечение и поддержание необходимого уровня качества изделий на стадиях проектирования, изготовления и реализации. Высокий уровень качества продукции повышает ее конкурентоспособность, способствует увеличению доли рынка, контролируемой предприятием, росту выручки, обеспечивает выгоду покупателю.

Анализируя показатели качества и конкурентоспособности продукции, предприятие способно вовремя выявить негативные факторы и принять соответствующие экономические решения, позволяющие укрепиться на рынке, расширить предложение и повысить спрос.

#### *Список литературы / References*

1. *Акимова Е.В.* Методы и модели стратегического управления предприятием. Саратов: Вузовское образование, 2016. 183 с.
2. *Баширова С.В.* Системный подход к экономическому управлению предприятием: Коллективная монография. М.: Научный консультант, 2015. 186 с.
3. *Менх Л.В.* Организация и управление предприятием: Учебное пособие. Кемерово: Кемеровский технологический институт пищевой промышленности, 2014. 122 с.
4. *Романов Б.А.* Анализ экономики и управления предприятиями: Учебно-практическое пособие. М.: Дашков и К, 2016. 248 с.
5. *Спиридонов С.П.* Управленческий анализ в отраслях: Учебное пособие для бакалавров, обучающихся по направлению 080100.62 «Экономика». Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2013. 104 с.
6. Портал Агентства Узстандарт. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.standart.uz/](http://www.standart.uz/) (дата обращения: 24.01.2020).