

УДК 338(47)
ББК 65.32

В.М. Рыков

КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ — ОСНОВНОЙ ФАКТОР ЕЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Рассматриваются вопросы управления качества продукции как основного фактора ее конкурентоспособности.

Ключевые слова: качество, конкурентоспособность, государственный стандарт.

V.M. Rykov

QUALITY OF PRODUCTS AS KEY FACTOR OF ITS COMPETITIVENESS

The article deals with issues of product quality management as key factor of the product's competitiveness.

Keywords: quality, competitiveness, public standard.

В условиях рыночных отношений на агропромышленных предприятиях актуальность управления качеством определяется его направленностью на обеспечение такого уровня качества продукции, который может полностью удовлетворять запросы потребителей. Высокое качество сельскохозяйственной продукции является самой весомой составляющей, определяющей их конкурентоспособность.

Современный российский потребитель имеет возможность приобрести продукцию пищевой промышленности ведущих мировых производителей, которые десятки лет вкладывают огромные средства в повышение качества выпускаемой продукции. Следовательно, проблема повышения качества отечественной сельскохозяйственной продукции — очень актуальна и от ее успешного решения зависит, куда российский потребитель направит свои средства: на развитие отечественного сельского хозяйства или на поддержку иностранных сельскохозяйственных предприятий.

Проблема обеспечения качества является очень важной для любого предприятия. Поэтому в современных условиях предприятия уделяют особое внимание обеспечению высокого качества продукции путем разработки и осуществления системы управления качеством продукции.

Как известно, уровень жизни, продолжительность жизни населения зависят от качества употребляемых пищевых продуктов. Таким образом, производство качественной продукции вызвано на сосредоточении и недопущении некачественной готовой продукции, которое обеспечивается на стадии производства продукции (организованная структура, обеспечивающая распределение ответственности, процедуры, процессы и ресурсы, необходимые для общего руководства качеством).

Необходимо добавить и негативные последствия от употребления некачественной продукции агропромышленных предприятий, а также объективное снижение качества продукции, вызванное предельным сроком хранения любой сельскохозяйственной продукции.

Качество продукции во многом определяет уровень развития такого показателя деятельности предприятия, как его конкурентоспособность. Поэтому конкурентоспособность продукции — совокупность

свойств, удовлетворяющих потребности потребителя в фиксированный период времени, на продовольственном рынке, по сравнению с продукцией конкурента.

Качество — совокупность свойств товара, обуславливающих его пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с его назначением.

Современный рынок продовольствия очень чувствителен к качеству продукции, поэтому «качество» должно рассматриваться решающим фактором конкурентоспособности, определяющим коммерческий успех агропромышленных предприятий.

В условиях рыночной экономики уровень конкурентоспособности продукции связывают, прежде всего, с уровнем качества. Качество продукции является основным фактором достижения ее конкурентоспособности (рис.).



Факторы повышения конкурентоспособности продукции

Структура приоритетов конкурентоспособности продукции определяется по оценке 4:3:2:1. Из этого соотношения следует, что при формировании конкурентного продукта ресурсы, в первую очередь, следует направлять на повышение качества.

Так, М. Портером был введен термин value chain: базисом повышения конкурентоспособности товара является повышение его качества, что невозможно без повышения качества всей цепочки образования стоимости данного товара.

Зарубежные экономисты считают, что уровень конкурентоспособности продукции на 70–80% зависит от качества товара. Если в 60-е гг. прошлого в. американские компании ставили управление качеством на пятое по значению место среди 12 маркетинговых факторов, то с 1980 г. на первое [2].

Раскрытие сущности качества свидетельствует о его ценности как фактора конкурентоспособности. Качество как экономическая категория — это общественная оценка, характеризующая степень удовлетворения потребностей в конкретных условиях потребления той совокупности свойств, которые явно выражены или потенциально заложены в товаре [3].

Качество — емкая, сложная и универсальная категория, имеющая множество особенностей и различных аспектов. В зависимости от цели использования и рассмотрения качества к ее основным аспектам можно отнести [3]:

1. **Философский:** считается, что она впервые была подвергнута анализу Аристотелем еще в III в. до н. э., который под качеством понимал различие между предметами по признаку «хороший–плохой». Качество означает существенную определенность рассматриваемого объекта, благодаря которой он становится специфичным и отличается от другого объекта.

2. **Социальный:** качество связано с отношением субъектов или всего общества к изучаемому объекту. При этом качество может рассматриваться как категория, отвечающая законам спроса и предложения, зависящая от уровня культуры, доходов потребителей и т.п.

3. **Технический:** обусловлен количественными и качественными изменениями объекта исследования.

4. **Экономический:** рассматривается как результат потребления или потребительской стоимости исследуемого объекта;

5. **Правовой:** относится к выработке научно-технической документации (НТД), порядку ее разработки, утверждения, внедрения и выполнения, а также учета. С правовой точки зрения качество выступает как совокупность свойств объекта, отвечающих требованиям, установленным в НТД.

При исследовании термина «качество» можно проследить тенденцию развития его роли в оценке конкурентоспособности (табл.).

Формулировка определения термина «качество»

Автор	Формулировка определения термина «качество»
Аристотель (III в. до н. э.)	Качество — различие между предметами по признаку «хороший–плохой»
Гегель (XIX в. н.э.)	Качество есть, в первую очередь, тождественная с бытием определенность, так что нечто перестает быть тем, что оно есть, когда оно теряет свое качество
К. Исакова (1950 г.)	Качество — свойство, реально удовлетворяющее потребителей
Дж. Джуран (1979 г.)	Рассматривал понятие качества с двух сторон: с объективной стороны качество — пригодность для использования (соответствие назначению); с субъективной стороны — качество есть степень удовлетворения потребителя (для реализации качества производитель должен узнать требования потребителя и сделать свою продукцию такой, чтобы она удовлетворяла этим требованиям)
ГОСТ 15467-79	Качество продукции как совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением
Европейская организация качества (ЕОК)	Продукция хорошего качества — это та, которая при минимальных расходах в течение всего жизненного цикла в максимальной степени способствует здоровью и счастью людей, вовлеченных в ее проектирование, производство, распределение, потребление, обслуживание и восстановление (вторичное использование) при условии минимальных затрат энергии и других ресурсов и при терпимом (приемлемом) воздействии на окружающую среду и общество
Международная организация по стандартизации (ISO) (1986 г.), в 1994 г. уточнена	Качество — совокупность свойств и характеристик продукции или услуги, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности. Качество — совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленным и предполагаемым потребностям

Анализ сущности качества позволил определить, что между понятиями «качество» и «конкурентоспособность» существует тесная взаимосвязь. Они дают оценку конкретного труда и его общественной полезности. Также они определяются через совокупность свойств продукции, способных удовлетворять определенные потребности общества. Качество продукции напрямую влияет на ее конкурентоспособность. Однако смешивать эти понятия нельзя, можно выделить четыре основных признака различия качества и конкурентоспособности [1].

Во-первых, качественная продукция должна обладать совокупностью, отвечающих, прежде всего, требованиям разработки, а базой для сравнения может выступать только однородный товар. Если же говорить о конкурентоспособности, то за основу берется удовлетворение конкретной потребности покупателя и возможно сопоставление и неоднородных товаров.

Во-вторых, покупателя не интересуют условия проектирования, изготовления и доставки на рынок, а непосредственную значимость имеет потребительский эффект. Если производитель снизил затраты на производство продукта, но сохранил его первоначальные характеристики, то качество растет, а его привлекательность для потребителя не изменяется.

В-третьих, соответствие товара с точки зрения его качества, выполненного в соответствии с действующим нормативным документом, не дает оценку уровня конкурентоспособности продукции. Конкурентоспособность, прежде всего, зависит от удовлетворения требований рынка.

В-четвертых, качество, как и конкурентоспособность, закладывается на этапе НИР и ОКР. Различие состоит в том, что качество проявляется в процессе использования продукции, а конкурентоспособность может быть установлена только в результате ее продажи.

Важно отметить экономически правомерную связь качества продукции с вопросами экологии и ресурсосбережения, отмеченную Европейской организацией качества в отличие от существующих определений.

Качество это характеристика какого-то конкретного товара.

Конкурентоспособность же определенного товара зависит от свойств, которые представляют интерес для конкретного потребителя.

В качестве примера, подтверждающего этот тезис, можно привести китайские товары, которые заполнили российский рынок с начала 90-х гг. XX в. Все эксперты и покупатели были единодушны во мнении, что они чрезвычайно низкого качества. Однако их конкурентоспособность никем не оспаривалась и обеспечивалась низкой ценой и привлекательным внешним видом.

Долгое время в России не уделялось должного внимания изучению потребителя, который считался неплатежеспособным и не интересующимся новинками.

Так, сельхозпроизводители РФ практически не используют генетически измененные продукты, к которым в обществе сформировалось негативное отношение. Это необходимо поддерживать и развивать, тем самым понижая конкурентоспособность западноевропейских и североамериканских компаний.

Категория качества — комплексное понятие, отражающее многообразие свойств товара по степени и характеру удовлетворения запросов потребителя. В этой связи, при оценке конкурентоспособности товара в состав показателей, характеризующих обобщенное качество продукции,

следует включать лишь те показатели, которые являются существенными для потребителя в условиях конкретного рынка.

Российским товаропроизводителям необходимо понять — своего потребителя необходимо формировать, важно донести до потребителя следующие приоритеты, которые повысят конкурентоспособность российского агропромышленного комплекса:

- качество и экологичность приоритетны над ценой;
- важны негативные последствия для здоровья потребителя и его потомков

употребления генетически измененных продуктов питания;

- необходимо потреблять отечественную продукцию, поддерживая тем самым национальную экономику;

- своего сельхозпроизводителя легче привлечь к ответственности за некачественную продукцию;

- качественная продукция всегда дороже, но скупой платит дважды, причем второй раз здоровьем.

Рассмотрим теперь качество с экономической точки зрения. Общепризнано, что одной из функций рынка является выполнение роли главного контролера конечных результатов производства. Именно в рыночном обмене непосредственно выявляется, в какой мере качество и количество созданных продуктов соответствуют нуждам покупателей. Кто не отвечает критериям качества, становится не конкурентоспособным, и вынужден, разорившись, уйти из рынка.

В XX в. благодаря научно-технической революции стали формироваться параметры качества по отдельным видам товаров, которые стали признаваться во всем мире.

В РФ принят Федеральный закон «О качестве и безопасности пищевых продуктов» от 2 января 2000 г. № 29-ФЗ, который осуществляет правовое регулирование отношений в области обеспечения качества и безопасности пищевых продуктов.

В соответствии с вышеназванным законом в обороте могут находиться пищевые продукты, материалы и изделия, соответствующие требованиям нормативных документов и прошедшие государственную регистрацию в установленном порядке, что гарантирует их конкурентоспособность. Активная политика государства в законодательной форме препятствует проникновению на рынок продукции низкого качества [4].

Не могут находиться в обороте пищевые продукты, материалы и изделия, которые:

1. Не соответствуют требованиям нормативных документов.

2. Имеют явные признаки недоброкачества, не вызывающие сомнений у представителей органов, осуществляющих государственный надзор и контроль в области обеспечения качества и безопасности пищевых продуктов (далее — органы государственного надзора и контроля), при проверке таких продуктов материалов и изделий;

3. Не имеют удостоверений качества и безопасности пищевых продуктов, материалов и изделий, документов изготовителя, поставщика пищевых продуктов, материалов и изделий, подтверждающих их происхождение, в отношении которых отсутствует информация о государственной регистрации и подтверждении соответствия требованиям нормативных документов (пищевые продукты, материалы и изделия, подлежащие государственной регистрации и обязательному подтверждению соответствия).

4. Не соответствуют представленной информации и, в отношении которых имеются обоснованные подозрения об их фальсификации.

5. Не имеют установленных сроков годности (для пищевых продуктов, материалов и изделий, в отношении которых установление сроков годности является обязательным) или сроки годности которых истекли.

6. Не имеют маркировки, содержащей сведения, предусмотренные законом или государственным стандартом, либо в отношении которых не имеется такой информации.

Такие пищевые продукты, материалы и изделия признаются некачественными и опасными и не подлежат реализации, утилизируются или уничтожаются. Фактически они не допускаются к конкурентным отношениям.

Для обеспечения качества и безопасности пищевых продуктов, материалов и изделий применяются следующие мероприятия:

1. Применение мер государственного регулирования в области обеспечения качества и безопасности пищевых продуктов, материалов и изделий.

2. Проведение гражданами, в том числе индивидуальными предпринимателями, и юридическими лицами, осуществляющими деятельность по изготовлению и обороту пищевых продуктов, материалов и изделий, организационных, агрохимических, ветеринарных, технологических, инженерно-технических, санитарно-противоэпидемиологических и фитосанитарных мероприятий по выполнению требований нормативных документов к пищевым продуктам, материалам и изделиям, условиям их изготовления, хранения, перевозок и реализации.

3. Проведения производственного контроля за качеством и безопасностью пищевых продуктов, материалов и изделий, условиями их изготовления, хранения, перевозок и реализации, внедрением систем управления качеством пищевых продуктов, материалов и изделий (далее — системы качества).

4. Применения мер по пресечению нарушений настоящего Федерального закона, в том числе требований нормативных документов, а также мер гражданско-правовой, административной и уголовной ответственности к лицам, виновным в совершении указанных нарушений.

Требования к качеству пищевых продуктов, материалов и изделий, обеспечению их безопасности, упаковке, маркировке, производственному контролю за качеством и безопасностью пищевых продуктов, материалов и изделий, процедурам оценки и подтверждения их соответствия требованиям нормативных документов, методикам их испытаний и идентификации, а также к техническим документам, системам качества устанавливаются соответствующими государственными стандартами.

Требования к пищевой ценности пищевых продуктов, безопасности пищевых продуктов, материалов и изделий, безопасности условий их разработки, постановки на производство, изготовления и оборота, безопасности услуг, оказываемых в сфере розничной торговли пищевыми продуктами, материалами и изделиями и в сфере общественного питания, устанавливаются соответствующими санитарными правилами и нормами.

Требования к безопасности в ветеринарном отношении определенных пищевых продуктов, безопасности в ветеринарном отношении условий их заготовки, изготовления и оборота устанавливаются соответствующими ветеринарными правилами и нормами.

Указанные требования основываются на результатах научных исследований особенностей питания и состояния здоровья населения, вы-

явления и оценки опасности свойств пищевых продуктов, материалов и изделий и риска причинения вреда здоровью человека от использования пищевых продуктов, материалов и изделий, а также социальных и экономических последствий введения таких требований. Эти требования определяют основные конкурентные параметры продуктов питания.

Государственные стандарты, санитарные и ветеринарные правила и нормы утверждаются федеральным органом исполнительной власти по государственному надзору в области стандартизации и сертификации, федеральным органом исполнительной власти в области государственного санитарно-эпидемиологического надзора и федеральным органом исполнительной власти в области государственного ветеринарного надзора в соответствии с их компетенцией и в установленном законодательством РФ порядке.

Требования к качеству и безопасности пищевых продуктов, материалов и изделий, установленные государственными стандартами, санитарными и ветеринарными правилами и нормами, являются обязательными для граждан (в том числе индивидуальных предпринимателей) и юридических лиц, осуществляющих деятельность по изготовлению и обороту пищевых продуктов, материалов и изделий, оказанию услуг в сфере розничной торговли пищевыми продуктами, материалами и изделиями и в сфере общественного питания.

Органы государственной власти осуществляют государственную регистрацию пищевых продуктов, материалов и изделий. Новые пищевые продукты, материалы и изделия, изготовленные в РФ, пищевые продукты, материалы и изделия, ввоз которых осуществляется впервые на территорию РФ, подлежат государственной регистрации. Это позволяет не допускать на рынок неконкурентоспособную продукцию.

Импортные пищевые продукты, материалы и изделия подлежат государственной регистрации до их ввоза на территорию РФ.

Государственная регистрация пищевых продуктов, материалов и изделий включает в себя:

1. Экспертизу документов, которые представляются изготовителем, поставщиком пищевых продуктов, материалов и изделий и подтверждают их соответствие требованиям нормативных документов, условий изготовления или поставок пищевых продуктов, материалов и изделий, а также результатов проводимых в случае необходимости их испытаний.

2. Внесение пищевых продуктов, материалов и изделий и их изготовителей, поставщиков в Государственный реестр пищевых продуктов, материалов и изделий, разрешенных для изготовления на территории РФ или ввоза на территорию РФ и реализации.

3. Выдачу заявителям свидетельств о государственной регистрации пищевых продуктов, материалов и изделий, дающих право на их изготовление на территории РФ или ввоз на территорию РФ и оборот.

Государственная регистрация пищевых продуктов, материалов и изделий и ведение Государственного реестра пищевых продуктов, материалов и изделий, разрешенных для изготовления на территории РФ или ввоза на территорию РФ и оборота, осуществляются уполномоченным федеральным органом исполнительной власти в области государственного санитарно-эпидемиологического надзора совместно с уполномоченным федеральным органом исполнительной власти по государственному ветеринарному надзору в соответствии с положением, утвержденным Правительством РФ.

Не допускается государственная регистрация нескольких видов пищевых материалов и изделий под одним наименованием, а также многократная регистрация одного и того же вида пищевых продуктов, материалов под одним наименованием или под различными наименованиями, что исключает недобросовестную конкуренцию.

Индивидуальные предприниматели и юридические лица, осуществляющие деятельность по обороту пищевых продуктов, материалов и изделий, а также оказание услуг в сфере общественного питания, за нарушение настоящего Федерального закона несут ответственность в соответствии с гражданским законодательством.

Вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу гражданина либо имуществу юридического лица вследствие недостатков пищевых продуктов, материалов и изделий, а также недостатков услуг, оказываемых в сфере общественного питания, в части их качества и безопасности, подлежит возмещению в соответствии с гражданским законодательством.

Таким образом, в РФ сформирована правовая база обеспечения качества сельскохозяйственной продукции.

Интерес к проблеме качества в мире постоянно растет, поскольку улучшение качественных характеристик изготавливаемой продукции является основой обеспечения конкурентоспособности предприятия. По прогнозам специалистов, XXI в. должен стать веком качества, в отличие от предыдущего, отличительной особенностью которого был рост производительности. Поэтому уже сегодня качество — ключ к конкурентоспособности.

В настоящее время высокое качество зависит не только от квалификации рабочих, но и от применяемой технологии. Поэтому для выпуска продукции, отвечающей мировым стандартам, необходимо внедрять новую технику, модернизировать оборудование, применять современные технологии. Наряду с этим важно заботиться о снижении издержек производства по сравнению с аналогичными издержками конкурентов. Поэтому руководителям предприятий следует руководствоваться ведущим принципом TQM (системы всеобщего управления качеством) о постоянном совершенствовании, ориентированном на обеспечение лучших показателей при минимизации производственных затрат.

Вышеперечисленное позволяет сделать следующие выводы:

1. Несмотря на многочисленные исследования конкуренции, единого подхода к определению конкуренции до сих пор не существует. По нашему мнению, конкуренция — совокупность экономических отношений между субъектами в условиях жесткой конкурентной борьбы, с использованием новых инновационных и информационных технологий, с целью максимизации конечных результатов.

2. При системном изучении понятия конкурентоспособности выделяют три уровня: конкурентоспособность товара, предприятия (микроуровень), отрасли (мезоуровень), в целом АПК (макроуровень).

3. Конкурентоспособность предприятия является результатом взаимодействия комплекса факторов. Факторы представляют собой силы, которые воздействуют на состояние предприятия. Факторы делятся на внешние и внутренние.

К внешним факторам конкурентоспособности можно отнести: политические; государственную аграрную политику; экономические.

Внутренние факторы конкурентоспособности предприятия включают в себя: финансово-экономический потенциал; производственно-тех-

нологический потенциал; кадровый потенциал; распространение продукции; поставки; исследования и разработки (НИОКР); маркетинг; систему сбыта; коммерческие условия.

Согласованное воздействие всех факторов является незаменимым условием создания конкурентных преимуществ и резервов повышения конкурентоспособности производства сельскохозяйственной продукции, крайне необходимых в условиях жесткой конкуренции на рынке продовольствия.

4. Повышение конкурентоспособности предприятия невозможно без определения рассмотрения методики ее расчета. Наиболее известные модели и методы подразделили на две группы: аналитические и графические.

5. Проблема повышения качества отечественной сельскохозяйственной продукции очень актуальна и от ее успешного решения зависит, куда российский потребитель направит свои средства: на развитие своего АПК или на поддержку иностранных сельскохозяйственных предприятий. Качество продукции напрямую влияет на конкурентоспособность любого предприятия, в том числе и агропромышленного. Таким образом, качество продукции АПК — основной критерий, который гарантирует высокий уровень жизни, продолжительности жизни населения, соответствующий требованиям нормативных документов, законам, государственным стандартам, нормам, что, в свою очередь, автоматически гарантирует качество продукции.

Список использованной литературы

1. Иванова Е. Оценка конкурентоспособности предприятия: учеб. пособие / Е.А. Иванова. — Ростов н/Д.: Феникс, 2008. — 298 с.
2. Качество — залог успеха: сб. — М.: Сов. Россия. — 1980. — 175 с.
3. Мишин В. Управление качеством: учеб. для студентов вузов / В. Мишин. — 2-е изд. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. — 463 с.
4. О качестве и безопасности пищевых продуктов: федер. закон от 2 янв. 2000 г. № 29-ФЗ (ред. от 30 дек. 2006 г.). [Электронный ресурс]. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=65016>.

Referenses

1. Ivanova E. Otsenka konkurentosposobnosti predpriyatiya: ucheb. posobie / E.A. Ivanova. — Rostov n/D.: Feniks, 2008. — 298 s.
2. Kachestvo — zalog uspekha: sb. — M.: Sov. Rossiya. — 1980. — 175 s.
3. Mishin V. Upravlenie kachestvom: ucheb. dlya studentov vuzov / V. Mishin. — 2-e izd. — M.: YuNITI-DANA, 2007. — 463 s.
4. O kachestve i bezopasnosti pishchevykh produktov: feder. zakon ot 2 Jan. 2000 g. № 29-FZ (red. ot 30 Dec. 2006 g.). [Elektronnyi resurs]. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=65016>.

Информация об авторе

Рыков Виктор Михайлович — доктор экономических наук, профессор, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет экономики и права, Иркутск, e-mail: keppd@isea.ru.

Author

Rykov Viktor Mihailovich — Doctor of Economics, Professor, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurship, Baikal State University of Economics and Law, Irkutsk, e-mail: keppd@isea.ru.