

УДК 339.421

Г.И. ВЛАСОВА, ст.преп., НТУ «ХПИ», Харьков
В.П. ФИЛИППОВ, ст.преп., НТУ «ХПИ», Харьков
М.А. УСОВ, ассистент, НТУ «ХПИ», Харьков

ТОВАР, КАК ПРОДУКТ, ОТВЕЧАЮЩИЙ ТРЕБОВАНИЯМ РЫНКА

В работе рассматриваются факторы, существенным образом влияющие на формирование потребительских свойств и потребительской стоимости товара.

In work the factors essentially influencing formation consumer and consumer cost of the goods are considered.

Ключевые слова: качество, товароведение, методы анализа, сертификация, потребительские свойства, конкурентоспособность.

Введение Новое товароведение – это система знаний, элементами которой являются условия создания товаров, формирование потребительской стоимости товаров, маркетинг товарного производства и др. Каждый элемент этой системы имеет тесную связь с новыми информационными технологиями. Это по сути основа построения информационного общества.

Теоретические исследования приводят к тому, что человечество, как система, как организация, подходит к новому уровню своего развития и главным приоритетом становится качество жизни, развитие культуры, науки, образования, общее стремление поднять каждого члена человеческого содружества на качественно новый уровень.

Товарное производство должно обеспечить высокий уровень интеллектуального развития и, естественно, стать его приоритетностью.

Постановка задачи Качество продукции или услуг является одним из важнейших факторов успешной деятельности любой организации. В настоящее время во всем мире заметно усилились требования, предъявляемые потребителем к качеству продукции. Ужесточение требований сопровождается осознанной всеми необходимостью постоянного повышения качества, без чего невозможно достижение и поддержание эффективной экономической деятельности.

Большинство промышленных, торговых или государственных организаций производят продукцию или услуги в расчете на удовлетворение потребностей или требований потребителя. Эти требования обычно включаются в технические условия. Однако, сами по себе технические

условия не являются гарантией того, что требования потребителя будут действительно удовлетворены. Это привело к необходимости развития стандартов и руководящих документов на системы качества, дополняющих требования к продукции или услуге, установленных в технических условиях.

Система качества - совокупность организационной структуры, ответственности, процедур, процессов и ресурсов, обеспечивающая осуществление общего руководства качеством. Масштабы системы качества должны соответствовать задачам обеспечения качества. Система качества одной организации отличается от системы качества другой организации, поскольку ее формирование зависит от целей, стоящих перед организацией, ее специфики, вида производимой продукции или услуги и свойственного ей практического опыта.

Требования к качеству устанавливаются и фиксируются в нормативных и нормативно-технических документах: государственных, отраслевых, фирменных, стандартах, технических условиях на продукцию, в технических заданиях на проектирование или модернизацию изделий, в чертежах, технологических картах и технологических регламентах, в картах контроля качества и т. п.

В настоящее время проявляется стремление следовать таким важным ориентирам, как экология, безопасность, надежность, совместимость и взаимозаменяемость продукции, ресурсосбережение и внедрение информационных технологий.

Иностранные компании, достаточно хорошо удерживающие свою позицию в рыночном секторе, выделяют большие денежные средства на контроль качества собственной продукции, успешно используют уникальные методы независимой потребительской оценки путем новейших методов телекоммуникаций, посредством глобальной сети Интернет.

Методология При оценке потребительских свойств продукции при приемке и особенно сбыте продукции важное значение приобретает анализ факторов, существенным образом влияющих на формирование потребительских свойств и потребительской стоимости товара.

К таким факторам могут относиться не только параметры и критерии, выявленные анализом технических характеристик товара и нормативно-техническими документациями, но и параметры и критерии, которые относятся к особенностям сбыта на основе анализа жизненного цикла товара. Поиск оптимальных решений при сбыте продукции, при оценке конкурентоспособности сокращается при использовании системного подхода.

Таким образом, учет принципов системного подхода позволяет товароведу в практической деятельности учитывать обширный комплекс факторов не только в системе «товаропроизводитель-покупатель», но и в более обширной системе, формирующий «жизненный цикл» товара и выявляющий противоречия в конструкции, принципах использования и т.п.

Результаты исследования Для предприятий существенно усложнилась реализация продукции: на внутреннем рынке - из-за ввоза импортной продукции и резкого снижения платежеспособного спроса, на внешнем рынке - вследствие не способности конкурировать продукции украинских предприятий, отсутствия опыта и навыков торговли на насыщенных рынках, пренебрежения принятыми там правилами взаимоотношений, в том числе требованиями наличия сертификатов на продукцию и системы качества.

Серьезным препятствием на пути экспорта украинской продукции на западные и другие зарубежные рынки является значительное отставание отечественных предприятий от мировой практики в части создания современных систем качества и подтверждения их соответствия общепринятым международным требованиям.

Вывод Рыночная экономика Украины находится в состоянии развития и поэтому достаточно часто можно встретить некачественную продукцию. Анализируя последнее десятилетие прошлого тысячелетия можно с уверенностью сказать о том, что ни одна организация, ставящая свои интересы выше потребностей потребителя, не выжила и еще долго будут служить примером создающимся предприятиям.

Список литературы: 1. Законодательные акты Украины по вопросам стандартизации, метрологии и сертификации, К, 1993 год. 2. "Управление качеством продукции ИСО 9000 - ИСО 9004, ИСО 8402", М, "Издательство стандартов", 1998 год. 3. *Девид Бодди*, "Основы управления качеством", Санкт-Петербург, "Питер", 1999 год. 4. *Ильенкова С.Д.* и др. – Управление качеством. Учебник для вузов. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1999.

Подано до редакції 29.09.2010