

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ТА РІВНЯ ЯКОСТІ КЕРАМІЧНИХ ВИРОБІВ

© Гивлюд М.М., Дублянська І.Л., 2005

Наведено фактори формування асортименту та рівня якості керамічних виробів, на основі чого запропоновано схему їх впливу на конкурентоспроможність указаної продукції.

Some factors of assortment and quality level of the ceramics products are presented in this article, on the basics of these factors the sheme of their influence on the competitvnes of this products is proposed.

Постановка проблеми і її зв'язок з важливими науковими завданнями. В умовах перебудови та відновлення дієвості господарського механізму керамічної промисловості і її переходу до можливості існування в умовах реально функціонуючої ринкової системи, особливе значення має розробка й впровадження принципово нових науково-обґрунтованих підходів до формування й оцінки існуючого та перспективного асортименту а також рівня якості пропонованих до реалізації керамічних виробів. Актуальність і необхідність безвідкладного розв'язання цієї задачі продиктована тим, що існуючі нині в керамічній промисловості принципи формування рівня якості готової продукції та асортименту базуються на невинновданому витратному механізмі формування цін, малопридатному для діяльності ринкового механізму.

Класично вважається, що формування асортименту – процес підбору груп виробів і різновидів товарів за ознаками, що визначають їх ужиткові властивості, згідно з попитом споживачів. Використання окремих принципів формування та оптимізації асортименту і якості виробів пов'язане з впровадженням у практику роботи керамічної промисловості системного підходу з чітко визначеною метою та задачами, застосування необхідного організаційного й економічного механізму для їх досягнення. При цьому діяльність містить: дослідження і збір необхідної інформації для прийняття обґрунтованих рішень, планування асортименту, управління ним у сфері виробництва і торгівлі, реклама і стимулювання збуту. Формування асортименту слід здійснювати постійно на всіх етапах товаропросування – від виробництва до споживання. У кожному з них вимоги до асортименту керамічних виробів різні. Відповідно сформований асортимент як комплекс продукції виступає у вигляді виробничого, торгового та ужиткового асортименту.

На формування виробничого асортименту впливають такі фактори, як:

- потужність підприємства, що містить наявність технологічного обладнання, досконалість технологій, наявність та розширення сировинної бази тощо;
- вивчення вимог та потреб споживачів та можливого обсягу попиту;
- чинники матеріально-виробничого та фінансового забезпечення виробництва тощо.

Особливої важливості при цьому набувають: пошук нових оригінальних оздоблювальних матеріалів та форм виробів; оцінка реакцій споживачів на нові вироби; дослідження технологічних та споживчих властивостей нових сировинних матеріалів, що визначають їх надійність в експлуатації, гігієнічність, рівень художньо-естетичного оформлення, технологічність переробки, економічність і т. д.; оцінка якості пакування, зокрема, її інформативності та естетичного оформлення; можливість маневрування структурою видового і внутрішньовидового асортименту; забезпечення необхідної широти, повноти і новизни асортименту різних за призначенням керамічних виробів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Якість керамічних виробів в умовах експлуатації визначається їх фізико-технічними властивостями і умовами дії зовнішнього середовища [1, 2].

Особливе значення мають показники водопоглинання і морозостійкості, які залежать від якості сировини і технологічних умов отримання керамічних виробів [3].

Мета роботи. На основі літературних і реальних даних галузі встановити фактори впливу на якість керамічних виробів.

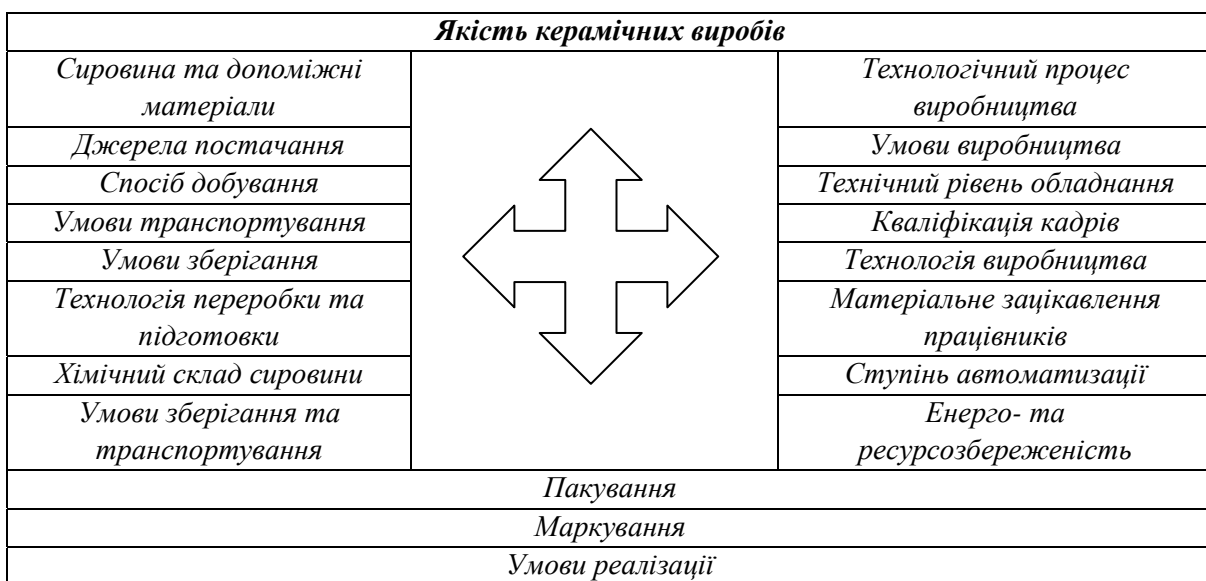
Результати роботи. Формування товарного асортименту в торгівлі проходить встановленням групового асортименту товарів з подальшим визначенням їх внутрішньогрупового призначення. Одним з основних факторів, що впливають на формування торгового асортименту, є асортиментний профіль закладу торгівлі, зокрема, комплексне пропонування товарів, наприклад, плиток різного призначення.

На побудову товарного асортименту керамічних виробів також істотний вплив має рівень цін.

Оптимальність структури асортименту різних за призначенням керамічних виробів значною мірою буде залежати від того, наскільки елементи ринкової системи будуть впроваджені у практику роботи самої торгівлі. Торгівля повинна обирати такі форми реалізації керамічних виробів, які є найсприятливішими для споживачів і ринку, з одного боку, і які досягаються при оптимальних витратах виробника, з іншого. Тут першочергове значення має обґрунтований вибір постачальників, встановлення довготривалих зв'язків із посередниками та виробничими підприємствами.

Оцінюючи перспективи розвитку ринку керамічних виробів, слід наголосити, що останніми роками підприємствами промисловості прийнятий ряд конкретних організаційних, технічних, економічних і соціальних заходів щодо покращання рівня якості й оптимізації ужиткових властивостей продукції.

Організація роботи з підвищення рівня якості продукції безпосередньо торкається підвищення значення технічних умов на готові вироби. Існує ціла система офіційного і неофіційного відображення технічних вимог до виробів у картах технологічних процесів; в умінні швидко орієнтуватися в існуючій на сьогоднішній день ситуації на ринку збуту; в умінні правильно оцінювати необхідність контролю якості продукції перед її відправленням споживачеві і контролю виробів під час їх виготовлення; в оцінці якості виробів висококваліфікованими спеціалістами, у застосуванні статистичних методів контролю сировини і готових виробів; у деяких інших аспектах роботи щодо підвищення рівня якості виробів, у тому числі і підвищення кваліфікації спеціалістів. Однозначно можна стверджувати, що на рівень якості керамічних виробів впливають такі фактори, як: сировина, технологічний процес виробництва, пакування, маркування, умови зберігання та транспортування; умови реалізації та експлуатації. Нашу думку про вплив основних факторів на формування якості керамічних виробів викладено на схемі:



Фактори впливу на рівень якості керамічних виробів

Рівень якості сировини є одним з найважливіших факторів, які містять географічне розміщення природних сировинних джерел та способів їх видобування; умови транспортування та зберігання, технологію очищення, переробки та підготовки до подальшої технологічної переробки. Технологічний процес виробництва містить контроль за якістю на таких етапах, як: умови виробництва, зокрема технічний рівень обладнання; сам процес виробництва, ступінь автоматизації; матеріальна зацікавленість персоналу; енерго- та ресурсозберігання.

Важливу роль у формуванні рівня якості відіграє пакування товарів. Вона також стає об'єктом всебічних досліджень, оскільки функції пакування виробів в умовах товарного ринку різноманітні. Основними з яких є: захист товару від несприятливих умов навколишнього середовища; механізація трудомістких технологічних операцій під час зберігання, транспортування і реалізації; інформативність та естетичність тощо.

Окремим напрямом належного формування рівня конкурентоспроможності виробів є сертифікація продукції. За умовами сертифікації керамічної продукції кожний виріб і його форма повинні пройти перевірку.

Наступним шляхом підвищення рівня конкурентоспроможності, особливо із врахуванням обмеженої купівельної спроможності споживача, є напрямок спрощення декоративних оздоблень, що автоматично приводить до зниження ціни виробів. Підприємствами керамічної промисловості проводиться політика свідомого здешевлення власної продукції за рахунок використання дешевших оздоблювальних матеріалів та спрощення елементів декору при однаковому вигляді аналогічних виробів.

Безпосередньо проблемою є підвищення білизни черепка виробів як основного фактора формування естетичних властивостей продукції, дуже важливого для споживачів.

Під час аналізу виробів, які продукують підприємства України недоліком виробничого та торговельного асортименту керамічного посуду вітчизняного виробництва, є порівняно невелика кількість різновидів виробів однакового призначення як за формою, так і видами декоративних оздоблень, що проводить до прояву стандартної одноманітності виробів.

Відповідно в такій ситуації споживач звертає увагу на привабливі за зовнішнім виглядом вироби імпортного виробництва. З одного базового взірця (фасону) можна створити розмаїття форм, якщо до цього ще й урізноманітнити оформлення декоративними оздобленнями. Тоді вітчизняні вироби будуть у значно кращі не тільки за зовнішнім виглядом, але і за цінними показниками.

Наступним шляхом є розширення мережі фірмової торгівлі та участь у заходах рекламного характеру.

Окремим питанням є розвиток та удосконалення поліграфічної бази щодо каталогової та проспектною інформації про власні вироби, а також вдосконалення упаковки на рівні світових стандартів та взірців іноземних виробників.

Ще одним напрямом підвищення конкурентоспроможності продукції є створення виробів із використанням простих форм з елегантними і простими видами оздоблень. З огляду на це можна запропонувати підприємствам в рамках застосування конкурентної поведінки копіювання елементів форми та оздоблення оригінальних виробів імпортного виробництва без порушення авторських прав. Відповідно вітчизняному виробнику слід звернути увагу на обов'язковість робіт із патентування елементів власної продукції, а також продукції загалом для захисту себе від недобросовісної конкуренції. Безпосереднім фактором та шляхом формування рівня конкурентоспроможності керамічних виробів є розширення контактів із безпосередніми споживачами продукції, а також застосування нетрадиційних форм розробки моделей та оздоблень виробів.

Окремим напрямом є створення керамічної продукції для готелів, дитячих садків, лікарень, туристичних закладів, підприємств транспортної мережі тощо. А також виготовлення виробів за індивідуальними замовленнями споживачів стосовно форми, комплектності та види оздоблення.

Безумовно, це значною мірою залежить від вирішення проблеми, яка торкається формування конкурентоспроможності продукції, а саме створення власної вітчизняної бази розробки та виготовлення допоміжних матеріалів для оздоблення виробів, декорів тощо. Без цього в майбутньому ні про яку конкурентоспроможність продукції не може бути і мови.

Завершуючи викладене, вважаємо, що практично всі передумови забезпечення споживача вітчизняними керамічними виробами необхідного рівня конкурентоспроможності створені. Останнє слово за керівництвами виробничих підприємств, органами державного управління та структурними підрозділами торговельної ланки різних форм власності.

Висновок. Безумовно формування рівня якості керамічних виробів дуже важливе питання. Проте воно на сьогодні постає в дещо в іншому ракурсі. В умовах підвищення конкуренції заповнення вітчизняного ринку аналогічними виробами імпортного виробництва, враховуючи низьку купівельну спроможність основної маси споживачів, постає проблема не тільки належного рівня якості продукції, але і її конкурентоспроможності.

1. Кривенко П.В. Будівельні матеріали. – Донецьк: Вища школа, 1993. – 178 с. 2. Мороз И.И. Технологія фарфоро-фаянсових виробів. – М.: Стройиздат, 1984. – 334 с. 3. Крупа О.А., Городов В.С. Хімічна технологія керамічних матеріалів. – Донецьк: Будивельник, 1997. – 354 с.