**Тема 5. Оцінка привабливості продукції**

Для визначення привабливості продукції можуть бути використані різноманітні показники, зокрема:

− значення продукції для суспільства;

− стабільність попиту на продукцію;

− конкурентоспроможність продукції;

− технології, що використовуються для виробництва продукції, їх конкурентоспроможність порівняно з сучасними аналогами;

− рівень якості продукції;

− екологічність продукції;

− інші показники.

При цьому слід враховувати, що привабливість поняття відносне, а не абсолютне, і залежить від суб’єкта (експерта), що здійснює оцінювання привабливості продукції. Тому привабливість продукції повинна оцінюватися з урахуванням конкретного середовища її виробництва, реалізації та споживання.

**1. Оцінка конкурентоспроможності продукції**

Одним із загальних (інтегральних) показників привабливості продукції є її конкурентоспроможність. Під час вивчення конкурентоспроможності продукції особливу увагу слід приділити факторам, які її формують, а саме:

- якість – ефект від використання;

- ціна – затрати на використання;

- ремонт – утилізація;

- умови платежу за продукцію;

- сервісне обслуговування.

Зазначені фактори, в свою чергу, значною мірою залежать від факторів конкурентоспроможності підприємства, якими можуть бути:

- ефективність виробничої діяльності;

- фінансовий стан підприємства;

- ефективність організації збуту та просування товару;

- імідж підприємства;

- екологічність підприємства;

- соціальна ефективність;

- система та методи управління підприємством, в т.ч. система стратегічного управління;

- інноваційний характер виробництва.

Кожному із зазначених факторів мають відповідати умови забезпечення конкурентоспроможності продукції. Ключовими серед даних умов є:

- удосконалення проєктування продукції;

- використання найсучасніших техніки і технологій при виробництві продукції;

- вхідний контроль якості сировини, матеріалів та комплектуючих;

- забезпечення стандартизації, сертифікації та уніфікації як продукції, так і процесів її виробництва;

- удосконалення організації виробництва і праці;

- удосконалення методів технічного контролю;

- підвищення кваліфікації кадрів (людського капіталу);

- дотримання технологічної і виробничої дисципліни;

- забезпечення загальної культури виробництва;

- запровадження системи планування та прогнозування якості процесів та продукції;

- встановлення прийнятих для виробника і споживача цін на продукцію;

- запровадження системи стимулювання виробництва високоякісної продукції;

- удосконалення кадрової політики на підприємстві;

- створення належних умов праці і відпочинку для персоналу;

- мотивація праці персоналу.

**2. Оцінка якості продукції**

З метою формування методичного підходу до оцінювання якості продукції доцільно з’ясувати сутність поняття «якість продукції» – це результат відповідності властивостей (власних характеристик) продукції вимогам (потребам та очікуванням) споживача та інших ключових стейкхолдерів, які (вимоги) можуть бути сформульованими, загальнозрозумілими, обов’язковими, а також несформульованими, незагальнозрозумілими та необов’язковими, постійно прогресують і формують власні характеристики продукції.

З наведеного формулювання випливає висновок, що для оцінювання якості продукції необхідно мати інформацію стосовно переліку та кількісного значення властивостей (власних характеристик) продукції, які формують її якість, а також стосовно вимог до цих властивостей продукції.

Слід зазначити, що оцінювання якості продукції нетотожне вимірюванню (кількісному визначенню), оскільки є ширшим поняттям і включає в себе останнє. Оцінювання якості продукції здійснюється шляхом порівняння (зіставлення) результатів вимірювання якості продукції із базовими чи цільовими показниками.

Отже, оцінювання якості продукції – це процедура, яка включає визначення переліку та кількісне вимірювання властивостей (власних характеристик) продукції, які формують її якість, ідентифікацію вимог до цих властивостей, на основі чого визначення показників якості продукції, а також їх порівняння із базовими та/або цільовими показниками.

Визначення показників якості продукції за окремими чи одночасно декількома її властивостями здійснюється шляхом зіставлення числових значень властивостей продукції із встановленими (необхідними) значеннями відповідно до вимог.

Для цього може бути застосована формула:

Якість продукції = Властивості продукції / Вимоги споживачів (стейкхолдерів)

Отримані значення показників якості можуть бути такими:

‒ меншими за 1, що свідчить про низьку (незадовільну) якість продукції. Якщо таке значення має показник якості за властивістю, що має задовольняти законодавчу або регламентувальну вимогу, продукція вважається непридатною для споживання чи експлуатації;

‒ дорівнюють 1, що свідчить про належну (задовільну, хорошу) якість продукції. Продукцію, яка має таке значення якості, називають базовим зразком або еталонною;

‒ більшими за 1, що свідчить про високу якість продукції.

Визначення базових та/або цільових показників якості здійснюють з урахуванням таких позицій:

‒ значення базових та/або цільових показників якості має відображати повну відповідність властивостей продукції усім законодавчим та регламентувальним вимогам;

‒ значення базових та/або цільових показників якості має відображати повну відповідність властивостей продукції основним вимогам споживачів та ключових стейкхолдерів;

‒ значення базових та/або цільових показників якості продукції має бути реальним (досяжним) в існуючих конкретних умовах господарювання;

 ‒ значення базових та/або цільових показників якості продукції має бути оптимальним в існуючих конкретних умовах господарювання тобто таким, за якого досягається або найбільший ефект від експлуатації чи споживання продукції при заданих витратах на її створення, експлуатацію чи споживання, або досягається заданий ефект за найменших витрат.

Базові та/або цільові показники якості можуть бути визначені за окремими та/або одночасно декількома властивостями продукції.

Оцінювання якості продукції здійснюють шляхом порівняння (зіставлення) отриманих показників якості із базовими та/або цільовими показниками за такою формулою:

Рівень якості продукції = Фактичний показник якості продукції / Базовий або цільовий показник якості продукції

Якщо значення показника становить 1, це свідчить про те, що якість продукції відповідає базовому або цільовому значенню. Якщо рівень якості продукції більший за 1, це свідчить про те, що якість продукції вища за базове або цільове значення. Якщо значення показника менше за 1, то якість продукції нижча за базове або цільове значення.

**3. Оцінка екологічності продукції**

На кожному етапі життєвого циклу товар може чинити як негативний, так і позитивний вплив на довкілля. Тобто він може як додавати забруднення, так і протидіяти забрудненню чи усувати його наслідки.

На сучасному етапі розвитку економіки більшість товарів чинить негативний вплив на довкілля. Однак стрімко зростає ринок екологічних товарів. Розвивається він завдяки існуванню та розвитку екологічних потреб.

Товари поділяють на екологічно прийнятні, що вносять екодеструктивні зміни у межах асиміляційних можливостей довкілля, та екологічно небезпечні, при розробленні, виробництві, споживанні та утилізації яких сумарний екодеструктивний вплив перевищує асиміляційні можливості довкілля.

Для віднесення товарів до тієї чи іншої групи, виділеної за ступенем екологічності, проводиться експертна оцінка екологічності товарів (табл. 1).

Таблиця 1

**Оцінна таблиця екологічності товару** (приклад умовний)

|  |  |
| --- | --- |
| Вид впливу | Етап ЖЦТ |
| розроблення товару | виробни-цтво | просування на ринку | спожива-ння | утилізація | Сума, балів |
| Механічний | -1 | -4 | -1 | +2 | +2 | -2 |
| Хімічний | -4 | -1 | -1 | +1 | +1 | -4 |
| Фізичний | -1 | -2 | -2 | +1 | -1 | -5 |
| Радіаційний | 0 | -1 | 0 | 0 | 0 | -1 |
| Біологічний | -1 | 0 | -1 | +3 | 0 | +1 |
| Сума | -7 | -8 | -5 | +7 | +2 | -11 |

Таблиця заповнюється експертами шляхом проставлення оцінок, які характеризують напрямок і силу певного виду впливу протягом певного етапу ЖЦТ. Оцінки змінюються від “-5” до “+5”. Знак перед цифрою характеризує напрямок впливу. Тобто якщо товар чинить негативний (екодеструктивний) вплив, то ставиться знак “-”. Якщо ж товар позитивно впливає на довкілля (тобто на даному етапі ЖЦТ протидіє певному виду забруднення, виникненню його наслідків або ж ліквідує даний вид забруднення чи запобігає йому чи виникненню його наслідків), то ставиться знак “+”. Цифра характеризує силу впливу (негативного чи позитивного). При його відсутності ставиться “0”.

Підсумовування отриманих оцінок за рядками дає змогу визначити напрямки найвідчутнішого впливу (негативного чи позитивного) за його видами, підсумовування їх за стовпчиками дає змогу визначити та порівняти силу впливу на етапах ЖЦТ.

Сума всіх оцінок, проставлених в оцінній таблиці (права нижня клітинка табл. 1) дає загальну оцінку впливу товару на довкілля. Теоретично вона перебуває у межах від “-50” до “+50”.

Інтегральна оцінка впливу товару на довкілля знаходиться як середнє арифметичне отриманих загальних оцінок.

Рівень екологічності (Е) знаходиться шляхом усереднення визначених експертами інтегральних оцінок. Залежно від отриманого рівня екологічності товар можна віднести до однієї з груп, виділених за ступенем екологічності (табл. 2).

Таблиця 2

**Рівень екологічності товару**

|  |  |
| --- | --- |
| Група товарів | Рівень екологічності товару |
| Екологічно спрямовані товари | +10 ≤ Е ≤ +50 |
| Екологічно нейтральні товари | -10 < Е < +10 |
| Екологічно прийнятні товари | -20 < Е ≤ -10 |
| Екологічно небезпечні товари | -50 ≤ Е ≤ -20 |

Для більш точної оцінки слід враховувати також вагомість кожного етапу ЖЦТ у загальній його тривалості, прогресивне зростання впливу забруднення при тривалому впливі на довкілля певними видами забруднень.