

ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК ОБ'ЄКТ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛІЗУ

Студ. Матвеев О.О.

Наук.керівник доцент Геселева Н.В.

Київський Національний Університет технологій та дизайну

Маркетинговий аналіз представляє собою арсенал сучасних прийомів і способів, якими оперують різні наукові дисципліни. Методологічну основу маркетингових досліджень складають загальнонаукові аналітико-прогностичні методи і прийоми, запозичені з різних галузей знань: соціології, психології, екології, етики, статистики, математики, кібернетики та ін.. Підвищення якості продукції повинно стати для кожного підприємства безперервним процесом, який пов'язаний з постійним удосконаленням як продукції, так і технологічного процесу. Методи, що допомагають підвищити якість, знаходяться в діапазоні від чітко структуризованих, складних програм, в яких застосовуються елементи статистичного контролю, до простих рекомендацій, які впливають з детального аналізу. Одним з найважливіших факторів росту ефективності виробництва є поліпшення якості продукції чи послуги. Підвищення якості продукції, що виробляється, розцінюється в даний час, як вирішальна умова її конкурентноздатності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Конкурентноздатність продукції багато в чому визначає престиж країни і є вирішальним чинником збільшення її національного багатства.

Якість – це невід'ємна частина продукту, що займає особливо важливе значення в підприємницькій діяльності. І не секрет, що для того, щоб компанії "вижити" у конкурентно-му середовищі потрібно робити тільки якісний товар.

Якість продукції відноситься до числа найважливіших критеріїв функціонування підприємства в умовах насиченого ринку і переважної нецінової конкуренції. Підвищення технічного рівня і якості продукції визначає темпи науково - технічного прогресу і ріст ефективності виробництва в цілому, впливає на інтенсифікацію економіки, конкурентноздатність вітчизняних товарів і життєвий рівень населення країни.

Досить важливими при цьому є інструменти статистичного контролю, які включають: контроль приймання; статистичний контроль процесу; аналіз можливостей виробничого процесу. Контроль приймання передбачає тестування обсягу товарно-матеріальних цінностей, що надходять на підприємство від постачальників і обґрунтування рішення: чи варто прийняти всю партію, ґрунтуючись на якості довільної вибірки. Якщо характеристики продукції, яка пройшла тестування, виходять за межі допуску стандарту, то це є сигналом для коригування виробничого процесу. Контроль процесу передбачає складання карт, які ґрунтуються на статистичних даних з встановленням верхніх і нижніх меж можливих допусків. Важливим інструментом підвищення якості є використання циклу: «планування» - «виконання» - «перевірка» - «реакція». Даний цикл показує послідовність і суть процесу.

Необхідно розуміти, що сучасна концепція управління якістю – це концепція керування будь-яким цілеспрямованим видом діяльності, що дозволяє, як показує досвід, досягти успіху не тільки в сфері виробництва, але і у державному та муніципальному управлінні у різних сферах. Таким чином, якість – багатоскладове поняття, і його забезпечення вимагає об'єднання наукових сил, від творчого потенціалу до практичного досвіду багатьох фахівців. При нинішній ситуації на Україні проблема якості не тільки важлива, але і повинна бути вирішена спільними зусиллями держави, керівників колективів підприємств, учених, конструкторів, кожного інженера, робітника.