



УДК 338.431

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ В СИСТЕМІ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ

Студ. Т.В. Кондратьєва, гр. МгМБК-1-18
Науковий керівник д.е.н., доцент А.О. Мельник
Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Метою є визначення теоретичної сутності процесів управління якістю продукцією з метою забезпечення високого рівня її конкурентоспроможності на ринку.

Завдання – з'ясування ролі та значення якості продукції в системі підвищення рівня її конкурентоспроможності.

Об'єкт і предмет дослідження. Об'єкт дослідження - процес управління якістю продукції на підприємствах. Предмет дослідження – теоретико-методичні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Результати дослідження. Якість продукції, зазвичай, пов'язується із конкурентоспроможністю, оскільки у конкурентній боротьбі перемагають ті підприємства, у яких більш висока продуктивність праці, краща якість продукту. Першочерговою умовою у підвищенні конкурентоспроможності є поліпшення якості продукції.

Якість продукції - це сукупність властивостей продукції, що зумовлюють міру її придатності задовольняти потреби людини відповідно до свого призначення.

Головним кроком у створенні конкурентоспроможної продукції є аналіз за допомогою маркетингового дослідження смаків покупців, визначення пріоритетних техніко-економічних показників, необхідних для задоволення потреб і значущих для споживача переваг в порівнянні з аналогічними показниками продукції інших постачальників. В процесі проведення системного дослідження ринку і оцінки власних можливостей найважливіше місце відводиться аналізу конкурентоспроможності своєї і продукції підприємств конкурентів.

Якість є головною складовою частиною конкурентоспроможності продукції. Відповідність рівня якості заданим цілям лежить в основі успіху підприємства. Але необхідно також орієнтувати продукцію на конкретний ринок, завдяки чому продукція буде користуватися попитом, а при хорошій якості - задовольняти всі потреби споживачів і мати високу конкурентоспроможність серед конкурентів. Особливо актуальним в сучасній економічній ситуації, на наш погляд, є забезпечення своєчасного об'єктивного аналізу стану і перспектив ринкового середовища з метою забезпечення стійкого і збалансованого зростання.

Одною з найважливіших структурних складових забезпечення конкурентоспроможності є подолання негативних наслідків світової економічної і фінансової кризи, які не сприяють поліпшенню умов на ринку.

Завдяки підвищенню якості продукції відбувається наступне:

- 1) значно підвищується задоволеність населення в вироблених товарах;
- 2) збільшується ефективність виробництва;
- 3) здійснюється економія ресурсів при більш повному задоволенні х потреб.

Завдяки підвищенню якості продукції вирішуються наступні завдання: економічна ефективність виробництва за рахунок збільшення цін на товар; забезпечений збут за рахунок поліпшених споживчих властивостей; досягається експортна ефективність; найбільш матеріально вигідна реалізація товару; безпечна для здоров'я населення реалізація продукції.



Для виробника якість товару є визначальним у всій виробничо-господарській діяльності, але при цьому процес підвищення якості повинен бути спрямований на покупця. Для вирішення даного завдання виробнику необхідно:

- визначити категорію споживачів і їх переваги до продукції, що виробляється;
- перетворити переваги споживача в технічні умови;
- сформулювати етапи технологічного процесу виготовлення продукції, виробити критерії процесу;
- оцінити результати і ступінь задоволеності споживача.

Якісна продукція забезпечує вищу прибутковість виробництва і фінансову стійкість підприємства, підвищує його імідж, сприяє виходу підприємства на світовий ринок.

Завдяки підвищенню якості продукції підприємство може одержати не тільки тимчасові переваги, як при зниженні ціни, а й довготривалі переваги, оскільки конкурентам потрібно досить багато часу, щоб удосконалити товар і внести необхідні зміни в технологію його виробництва.

Висновки. В сучасних умовах підвищення якості продукції не лінійно впливає на зростання її конкурентоспроможності, на цей процес впливають також смаки конкретного споживача, ступінь задоволення його потреб, здатність відповідати встановленим і необхідним перевагам покупців набагато краще і ефективніше інших конкурентів.

Ключові слова. якість продукції, конкурентоспроможність, конкурентоспроможність продукції, конкурентоспроможність підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Система якості відповідно до норм міжнародних стандартів ISO 9000 [Електронний ресурс] – 2011 — Режим доступу: http://toplutsk.com/articles-article_379.html
2. Системно-процесний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства / В. В. Коновал. // Економіка. Управління. Інновації. - 2011. - № 2.
3. Лузан І. В. Система управління якістю як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / Лузан І. В., Луценко І. С. // Актуальні проблеми економіки та управління : збірник наукових праць молодих вчених. – Електронні текстові дані (1 файл: 151 Кбайт). – 2012. – Вип. 6.
4. Мельник А.О. Чинники конкурентоспроможності в умовах світової економічної кризи / А.О. Мельник // Теоретичні та прикладні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємств : колективна монографія у 4 т. / за ред. О.А. Паршиной. – Д. : Герда, 2013. – С. 196–202