

Ілона Барна
магістр кафедри управління та бізнес-адміністрування,
Ірина Боришкевич
к.е.н., асистент кафедри управління та бізнес-адміністрування,
Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника
м. Івано-Франківськ

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасному динамізмі ринкових відносин, появі нових конкурентів, розширенні асортиментної та збутової політики, важливого значення набуває поняття «якість» та «конкурентоспроможність» продукції, робіт чи послуг. Одним із актуальних завдань, яке постає перед керівниками підприємств та науковцями є формування та впровадження сучасного механізму управління якістю та конкурентоспроможністю продукції на підприємстві. Зокрема, таке управління повинно перейти на якісно новий рівень, що є однією з об'єктивних вимог часу, оскільки від цього залежить рівень задоволення потреб споживачів, досягнення поставлених цілей на підприємстві та економічне зростання країни в цілому.

Гегель в своїй Енциклопедії філософських наук наводить наступне визначення поняття «якість», яке звучить так: «Щось є завдяки своїй якості тим, чим воно є і, втрачаючи свою якість, воно перестає бути тим, чим воно є...» [1, с. 227].

Формування нової філософії якості в Україні відбувається за підтримки Української асоціації досконалості та якості, що зосереджена на розповсюдженні кращої вітчизняної і світової практики сучасного ведення бізнесу, сприянні українським підприємствам у підвищенні ділової досконалості та конкурентоспроможності й виведенні їх на міжнародні ринки [2].

На думку Т. К. Вознюка «якість продукції в умовах конкуренції є

головним стимулом привернення уваги споживача» [3, с. 17]. В. В. Чаварга зазначає, що «якість – запорука успішної діяльності та процвітання будь-якого підприємства, а особливо підприємств легкої промисловості» [4, с. 198].

Конкурентоспроможність підприємства – це наявність певних переваг продукції підприємства по відношенню до його конкурентів. Для забезпечення якості продукції і в результаті – її конкурентоспроможності важливу роль відіграють стандартизація, сертифікація та механізми управління якістю. Забезпечення конкурентоспроможності передбачає вирішення наступних завдань (рис. 1).

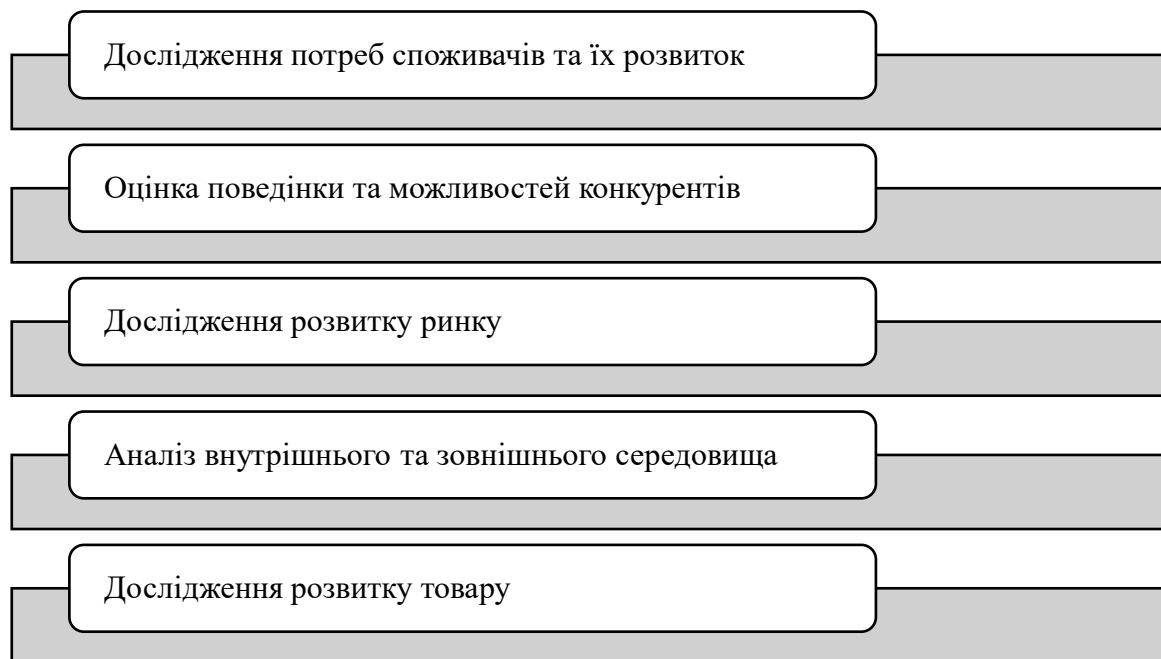


Рис. 1. Основні завдання забезпечення конкурентоспроможності

Управління якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємства включає реалізацію наступних заходів:

1) заходи, які проводяться з метою підвищення технічного рівня якості продукції та передбачають:

- формування системи розвитку персоналу, розробку ефективного мотиваційного механізму, підвищення рівня культури виробництва;

- удосконалення системи науково-технічного розвитку продукції;
- підвищення ефективності капіталовкладень та покращення

інвестиційної політики;

2) заходи, що спрямовані на зниження собівартості продукції та зменшення витрат виробництва;

3) заходи щодо вдосконалення сервісного обслуговування, реклами, просування в соцмережах, вивчення цільової аудиторії та ринку збуту.

Таким чином, управління якістю та конкурентоспроможністю продукції відіграє важливу роль в процесі діяльності підприємства, забезпеченні його успішного розвитку та стабільного зростання.

Література

1. Гегель Г. В. Ф. Энциклопедия философских наук. Т. 1. Наука логики. М.: «Мысль», 1974. 452 с.

2. Офіційний сайт громадської спілки «Українська асоціація досконалості та якості». URL: <https://cutt.ly/vwNtHOt> (дата звернення: 22.09.2019).

3. Вознюк Т. К. Підвищення управління якістю продукції підприємств легкої промисловості // *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. №2, Т. 3. С. 17-19.

4. Чаварга В. В. Вдосконалення процесу управління витратами, пов'язаними з покращенням якості продукції легкої промисловості на основі функціонально-вартісного аналізу // *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2011. Вип. 33, Ч. 3. С. 198-202.