

Я.О. Фійнцева, студ., V курс, гр. ЕПМ-11, ФЕМ
Науковий керівник – к.е.н., доц. А.Ю. Ткачук
Житомирський державний технологічний університет

ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Складність та динамізм сучасних умов господарювання, які характеризуються фінансово-економічною та політичною кризами, кризою влади, перешкоджають вітчизняним товаровиробникам у повній мірі розкрити власний потенціал, конкурувати та боротися за розширення ринків збуту. Вирішення даної проблеми повинно забезпечуватися на двох рівнях. На рівні держави, через прийняття законодавчих актів, регулюючих конкурентні відносини та питання забезпечення якості продукції. На рівні підприємства, в першу чергу, через перемогу у конкурентній боротьбі за рахунок управління якістю продукції. Питання підвищення якості та забезпечення конкурентоспроможності продукції набуває особливої актуальності в умовах приєднання України до Світової організації торгівлі й мінімізацію тарифного захисту внутрішнього національного ринку, що спричиняє збільшення конкурентного тиску на національних товаровиробників. Основою забезпечення конкурентоспроможності підприємств в ринкових умовах все є якість продукції, тому вдало обрана стратегія управління якістю продукції дозволить забезпечити ефективний розвиток підприємства та підвищити його конкурентоспроможність.

Дослідженню питань управління якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємства, розробці конкурентної стратегії присвячено численні праці вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів. Серед найвизначніших можна виділити праці В.Місюка, В.Петрова, С.Кваші, М.Маліка, М.Портера, Н.Бондара, Т.Макаровської, Я.Базиліюка та ін. Проте на сьогоднішній день залишається не вирішеною низка питань щодо управління якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємства.

Мета роботи: дослідження питань підвищення конкурентоспроможності підприємства за рахунок удосконалення системи управління якістю продукції.

Питаннями якості, управління якістю та забезпечення відповідного рівня якості вітчизняні вчені-економісти займаються вже досить довгий час. Проте питання забезпечення конкурентоспроможності підприємства за рахунок управління якістю, почали виникати лише після розпаду Радянського Союзу, з розвитком ринкових відносин.

Якість продукції – це поняття, яке характеризує параметричні, експлуатаційні, споживчі, технологічні, дизайнерські властивості виробу, рівень його стандартизації та уніфікації, надійність і довговічність.

Основними причинами зниження якості продукції є погана якість сировини, низький рівень технології, організації виробництва і кваліфікації робітників, неритмічність виробництва тощо.

Підвищення якості – одна із форм конкурентної боротьби, завоювання і втримання позицій на ринку. Високий рівень якості продукції сприяє підвищенню попиту на продукцію і збільшенню суми прибутку не лише за рахунок обсягу продажів, а й за рахунок вищих цін. Саме в умовах відкритої ринкової економіки немислимою без гострої конкуренції, проявляються фактори, які роблять якість продукції умовою виживання товаровиробників, мірилом результативності її господарської діяльності, економічного добробуту країни.

До таких факторів можна віднести стратегічне планування, наукову організацію праці, удосконалення мотиваційних стимулів, створення системи навчання робітників усіх категорій та використання нових методів контролю.

Конкурентоспроможність – це обумовлене економічними, соціальними та політичними факторами становище країни або окремого товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Весь комплекс робіт щодо забезпечення конкурентоспроможності продукції слід розділити на дві частини: базис та надбудова.

Базисна частина пов'язана з освоєнням нової та удосконаленням існуючих технологій виробництва продукції. Надбудова – робота з управління якістю цієї продукції, в тому числі і системного управління на основі вимог стандартів серії ISO 9000 та принципів TQM.

Система забезпечення якості продукції підприємства – це система управління нею, оскільки метою більшості підприємств є забезпечення конкурентоспроможності товарів, що виробляються на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Проблема підвищення якості має кілька аспектів: технологічний, організаційний, економічний, соціальний, юридичний, комерційний (при цьому вирішення економічних питань є першочерговими).

Підвищення якості та конкурентоспроможності продукції:

- впливає на: зростання продуктивності суспільної праці; темпи й ефективність науково-технічного прогресу; структуру виробництва та функціональний розподіл потужностей;
- забезпечує: ефективне використання основних фондів; економію сировини, матеріалів, палива, енергії; зростання ефективності інвестицій;
- сприяє: повнішому задоволенню різноманітного попиту споживачів; виходу підприємств на світовий ринок, збільшенню експорту; формуванню іміджу підприємства як економічно надійного партнера.

Вирішення проблеми підвищення якості продукції на підприємстві – це насамперед високий його імідж серед покупців, це вихід не тільки на внутрішній, а й на зовнішній ринок, це основа для одержання максимального прибутку та забезпечення стійкого фінансового становища. Для того щоб забезпечити не лише конкурентоспроможність, а й лідерство на ринку, підприємство зобов'язане використовувати такий тип поведінки, як збутовий маркетинг.

Найважливішою проблемою розвитку економіки України є підвищення ефективності суспільного виробництва при зосередженні зусиль на випуск конкурентоспроможної продукції і одночасному забезпеченні повної зайнятості працездатного населення.

Управління якістю продукції підприємства – це цілеспрямований напрям підвищення конкурентоспроможності його продукції, який може бути досягнутий за рахунок таких заходів:

- активізувати діяльність Національної ради з якості при Президенті України з метою проведення державної політики у сфері якості;
- забезпечення політичної підтримки щодо підвищення якості та конкурентоспроможності продукції з боку держави;
- заходів щодо співробітництва України з міжнародними організаціями, у тому числі з Європейською організацією;
- забезпечення організації діяльності підприємства, підвищення якості продукції та конкурентоспроможності на основі розробки відповідної його стратегії;
- впровадження системи заходів, що направлені на впровадження досягнень НТП, нових технологій, новацій для забезпечення виробництва високоякісної продукції;
- створення служб інформації про новітні технології, зміни у законодавстві, перспективні ринки збуту, що забезпечать підвищення якості продукції;
- створення центрів відповідальності за якістю продукції за місцем її виробництва;
- забезпечення заходів щодо підвищення якості стратегічного маркетингу;
- використання японського досвіду (як напрям підвищення якості продукції) – створення робочих груп якості та впровадження мотиваційних стимулів;
- створення системи навчання робітників підприємства усіх категорій, від зусилля яких залежить забезпечення якості продукції.

Довгостроковий курс розвитку підприємства повинен бути у сучасних умовах направлений на досягнення не стільки кількісних показників, скільки якісних. Саме тому менеджерам підприємств доцільно звернути увагу на розробку пропозицій для свого підприємства з метою підвищення конкурентоспроможності продукції і виходу на міжнародний рівень. Подальшими дослідженнями у даній площині слід вважати розгляд питань розробки стратегії управління якістю підприємства.