

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ЯК ПЕРЕДУМОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних ринкових умовах, коли стійкість та успішність підприємства визначається рівнем його конкурентоспроможності, простежується тенденція до все більшого зростання ролі якості продукції в менеджменті виробництва та в її подальшому русі. На вибір споживачів впливають десятки факторів, однак одним з ключових є якість товару. Саме тому налагоджена система управління якістю на підприємстві стає передумовою до його ефективного функціонування на ринку. За таких умов головною орієнтацією повинна ставати спрямованість до постійного вдосконалення та адаптації до сучасних методів і моделей управління якістю продукції із тим, щоб якнайкраще забезпечити показники конкурентоспроможності підприємства стосовно інших суб'єктів господарювання.

Відповідно до дефініції, що наведена Міжнародною організацією із стандартизації (ISO - International Organization for Standardization) якість – це сукупність властивостей і характеристик продукту, які надають йому здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби. Згідно із визначенням, що наведене у Держстандарті 15467-79, якість продукції – це сукупність властивостей продукції, що обумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення. Базуючись на ISO 9001, система управління якістю — це постійне покращення діяльності і, як наслідок, підвищення конкурентоспроможності організації на вітчизняному та світовому ринках [4].

На якість продукції впливають внутрішні та зовнішні фактори як окремо, так і у їх складному взаємозв'язку. На різних стадіях життєвого циклу продукції інтенсивність і набір факторів впливу будуть різними. Основними внутрішніми чинниками, що впливають на рівень якості продукції, є виробничо-технологічні (рівень прогресивності техніки та технологій, використання нових матеріалів, якість використовуваної сировини та ін.), соціально-психологічні (забезпечення нормальних умов праці персоналу, формування сприятливого клімату в колективі, моральне стимулювання та заохочення працівників та ін.), економічні (витрати на випуск та реалізацію високоякісної продукції, політика ціноутворення, економічне стимулювання працівників та ін.) та організаційні (рівень організації праці та виробничого процесу на підприємстві, ефективність системи управління якістю продукції, сертифікація продукції, забезпечення належного кваліфікаційного рівня

персоналу та ін.). Основними зовнішніми факторами впливу на якість продукції підприємства є рівень конкуренції на ринку, вимоги споживачів, необхідність завоювання певної позиції на ринку та формування позитивного іміджу підприємства, вимоги щодо стандартизації та сертифікації продукції певного виду тощо.

Як показують дослідження, рівень конкурентоспроможності та якості продукції є комплексними показниками, які знаходяться під впливом широкого кола чинників. Тому при плануванні діяльності та формуванні системи управління якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємства важливо ретельно аналізувати ці фактори, приймаючи виважені рішення щодо вибору дієвих інструментів для ефективного управління ними [1, с. 52].

Як показує багаторічний досвід провідних компаній, щоб досягнути успіху на ринку та забезпечити конкурентоспроможність власної продукції необхідно вдосконалювати систему управління якістю на підприємстві. Вирішення даного питання тісно пов'язане із стандартизацією продукції. Оскільки саме відповідні стандарти та технічні умови відображають вимоги споживачів до якісних параметрів виробів.

Впровадження та сертифікація систем управління відповідно до вимог національних або міжнародних стандартів у першу чергу дозволить підвищити конкурентоспроможність продукції вітчизняних виробників.

Найбільш ефективним шляхом вирішення цього питання для вітчизняних підприємств стає системне та цілісне запровадження стандартизації на базі підприємства. В рамках цього варто виділити наступні чинники підвищення якості:

- запровадження сучасних методів та форм управління та організації виробництва, що уможливорює ефективне застосування бездефектної технології та високоточної техніки;
- вдосконалення методів технічного контролю і розвиток масового самоконтролю на кожній стадії виробництва продукції;
- розширення прямих господарських зв'язків між споживачами продукції та її продуцентами;
- вивчення та запровадження зарубіжного досвіду.

Для підвищення якості продукції необхідно запровадити сучасний комплекс систем управління якістю, що включає в себе:

- визначення доцільності впровадження та сфери поширення системи управління якістю;
- розробку організаційного механізму системи управління якістю.

– доведення ідеї поліпшення якості до кожного працівника організації та запровадження системи управління якістю.

– опрацювання та впровадження заходів управління якістю [3].

Слід зауважити, що сертифікація на мікрорівні дає змогу підтвердити якість виготовленої продукції перед споживачами та підвищити її конкурентоспроможність, а на макрорівні – сприяє захисту вітчизняних виробників та запобігає проникненню на внутрішній ринок небезпечної продукції, у тому числі низької якості.

Стандартизація створює сприятливі умови для торгівлі за рахунок єдиних підходів до якості продукції, її взаємозамінності, технічної сумісності, безпеки охорони навколишнього середовища, що пов'язано з розробкою міжнародних стандартів [2].

Отже, варто зазначити, що підвищення якості та конкурентоспроможності продукції є одними з пріоритетних завдань підприємств. Особливо гостро це питання постає за ринкових умов господарювання. Важливу роль в забезпеченні конкурентоспроможності продукції підприємства відіграє якість її продукції, що значною мірою визначається ефективністю її системи управління та рівнем її стандартизації. Таким чином, для стійкого та конкурентоспроможного позиціонування на ринку підприємству необхідно забезпечувати та підвищувати якість виробів, оскільки прибуток залежить від процесу реалізації продукції, яка у свою чергу повинна відповідати стандартам якості.

Бібліографія

1. Кириченко Л.С. Сертифікація та якість продукції в сучасних умовах господарювання / Л.С. Кириченко, Н.М. Чернухіна. – Львів, 2005. – 215 с.

2. Левкулич В.В. Зовнішні та внутрішні фактори впливу на забезпечення та покращення якості продукції // Науковий вісник Ужгородського університету.– Серія Економіка.– 2012.– Вип. 2(36). – С. 187–193.

3. Марченко Т.Б. Методика впровадження системи управління якістю на підприємстві// Актуальні проблеми економіки. – 2005. - №12. – с.152-156.

4. Система управління якістю (ISO 9001) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ztstmetr.ztmetr.com.ua/?page_id=735