

**Крамар О.Ю.**

Студент факультету економіки та управління

Науковий керівник: **Грицюк Н.О.**

к.е.н., доцент кафедри економіки, безпеки

та інноваційної діяльності підприємства

Східноєвропейський національний університет

ім. Лесі Українки, м. Луцьк

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

Забезпечення якості продукції та послуг потребує об'єднання творчого потенціалу та практичного досвіду багатьох спеціалістів. Проблема підвищення якості може вирішуватись спільними зусиллями держави, керівників та членів трудових колективів підприємств. Важливу роль при вирішенні даної проблеми відіграють споживачі, які диктують свої вимоги виробникам товарів та послуг.

Вивченню теоретичних засад забезпечення якості продукції підприємства приділяють увагу такі автори, як: Данилюк М.О., Деминг У.Э., Еванс Джеймс Р., Ліпич Л.Г., Мазур. И.И та багато інших.

Покращення якості продукції є одним із найважливіших напрямків інтенсивного розвитку економіки, джерелом економічного росту, ефективності суспільного виробництва. В цих умовах зростає значення комплексного управління якістю продукції та послуг й ефективністю виробництва. У ринковій економіці проблема якості є найважливішим чинником підвищення рівня життя, економічної, соціальної й екологічної безпеки.

Категорія якості продукції є однією з найскладніших серед тих, які вивчаються спеціалістами. До категорії якості продукції звертаються під час вибору предметів для

задоволення як виробничих, так і індивідуальних потреб, планування виробництва і оцінювання його результатів, визначення його складності і ефективності, організації праці, створення нових виробів.

Під якістю продукції найчастіше розуміють сукупність її властивостей, які зумовлюють рівень здатності задовольняти певні потреби споживачів відповідно до їх призначення [5]. Також, якість можна охарактеризувати як сукупність характерних форм, зовнішнього вигляду та умов застосування, якими повинні бути наділені товари для відповідності своєму призначенню. Вищеперелічені елементи визначають вимоги до якості виробу, які конкретно закладені на етапі проектування в технічній характеристиці виробу, в конструкторській документації, в технічних умовах, які передбачають якість сировини, розміри тощо [1].

Вимоги до якості на міжнародному рівні визначені стандартами ISO серії 9000. Національний стандарт України ДСТУ ISO 9000:2007, чинний з 01 січня 2008 р., визначає якість як ступінь, до якого сукупність власних характеристик задовольняє вимоги. В свою чергу, вимогою є сформульована потреба чи очікування, загальнозрозумілі чи обов'язкові. Характеристикою ж є характерна особливість конкретної продукції чи послуг [3]. Іншими словами, можемо сказати, що якість – це рівень, сукупність характерних особливостей якого задовольняє вимоги споживачів на окрему продукцію чи послуги.

На нашу думку, найбільш повним визначенням якості, яке порівнює не лише здатність задовольнити потребу продукцією або послугою, а й оцінює, наскільки конкретна продукція або послуга може задовольнити визначені потреби дає таке визначення: «Якість продукції це рівень відповідності задоволення потребам споживачів».

Потреби споживачів аналізуються та закладаються на стадіях дослідження та проектування. Саме в цих вирішальних фазах закладається якість продукції чи послуги на перспективу.

Характеристики, які ще вчора задовольняли суспільні чи особисті потреби, завтра частково або й повністю не відповідають сьогоднішнім вимогам. В свою чергу, виникнення нових потреб вимагає нових властивостей [2]. Необхідність розглядати властивості благ із врахуванням фактору часу впливає з непостійності суспільних та особистих потреб. Виникаючи, потреба буває незначною. З часом вона може істотно зрости, потім знизитися до мінімуму або зникнути зовсім. Тому, для виявлення властивостей продукції чи послуги потребу в цій продукції чи послугі слід розглядати із врахуванням фактору часу.

Таким чином, підприємство може досягти запланованих цілей, акцентуючись саме на стадії аналізу та розробки, в яких підприємство має можливість врахувати потреби споживачів із врахуванням їх змін в часі.

Якість послуг має свої особливості, що визначаються специфікою послуг як товару, зокрема досить складне завдання, тому що:

1) послуги мають характерні особливості, що відрізняють їх від уречевленої продукції, такі як невідчутність, невіддільність надання від споживання, більш істотного суб'єктивного фактора в оцінці якості, недовговічність, відсутність права власності;

2) оцінка багатьох показників якості послуг має експертний характер;

3) сучасні технологічні схеми надання послуг включають велику кількість процесів та учасників, часто розведені в часі та просторі;

4) оцінка якості послуг, як правило, супроводжується виміром значної кількості показників якості, які часто не пов'язані з оцінкою рівня задоволеності споживача[4].

Властивості продукції можна охарактеризувати якісно та кількісно. Якісні показники, це, наприклад, відповідність виробу сучасному напряму моди, дизайну, кольору тощо. Кількісна характеристика одного або декількох властивостей продукції, які формують її якість, що розглядається відносно до визначених умов її створення та експлуатації або споживання, називається показником якості продукції.

Сучасна концепція управління якістю концентрує свою увагу на досягненні необхідної якості саме на рівні організації, тому існуючі системи менеджменту та забезпечення якості

(ISO 9000:2000, TQM, Премії в галузі якості тощо) орієнтовані на забезпечення ефективності функціонування підприємства через якість як характеристику цієї ефективності.

Отже, можемо зробити висновок, що найбільш повним визначенням якості, яке порівнює не лише здатність задовольнити потребу продукцією або послугою, а й оцінює, наскільки конкретна продукція або послуга може задовольнити визначені потреби дає таке визначення: «Якість продукції це рівень відповідності задоволення потребам споживачів». Потреби споживачів аналізуються та закладаються на стадіях дослідження та проектування. Саме в цих вирішальних фазах закладається якість продукції чи послуги на перспективу.

**Список використаних джерел:**

1. Данилюк М.О. Теорія і практика процесноорієнтованого управління витратами : наукове видання / М.О. Данилюк, В.Р. Лещій. – ІваноФранківськ : Місто Н.В., 2002. – 248 с.
2. Деминг У. Э. Выход из кризиса. Новая парадигма управления людьми, системами и процессами / Деминг У. Э. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 498 с.
3. Эванс Джеймс Р. Управление качеством : [учеб. пособие для вузов] / Джеймс Р. Эванс ; сокр. пер. с англ. под. ред. Э. М. Короткова. – М. : ЮНИТИДАНА, 2007. – 671 с.
4. Ліпич Л.Г. Формування системи управління якістю послуг підприємств житлово-комунального господарства на засадах гармонізації інтересів зацікавлених сторін [Текст] : монографія / Любов Григорівна Ліпич, Ольга Ярославівна Іванків. – Луцьк : ВежаДрук, 2013. 188 с.
5. Мазур И. И. Управление качеством : учеб. пособие [для студ. вузов, обуч. по спец. “Упр. качеством”] / И. И. Мазур, В. Д. Шапиро. – [2е изд.]. – М. : Омега, 2005. – 400 с.

**Кревський Б.В.**

Студент факультету економіки та управління

Науковий керівник: **Шостак Л.В.**

к.е.н., доцент кафедри економіки, безпеки

та інноваційної діяльності підприємства

Східноєвропейський національний університет

ім. Лесі Українки, м. Луцьк

## **КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА: НЕОБХІДНІСТЬ ЧИ ВИМОГА ЧАСУ?**

Сучасні умови розвитку інтеграційних процесів, що характеризуються глобалізацією, активізацією інноваційно-інвестиційного середовища, дають можливість машинобудівним підприємствам виходити на світовий ринок і забезпечують доступ інвесторів до національного ринку. Розвиток вітчизняних підприємств завдяки інноваційно-спрямованому інвестуванню створює підґрунтя для підвищення їх конкурентного стану.

Процеси трансформації економічних і ринкових відносин, що характеризуються зміною середовища, загостренням і посиленням конкурентної боротьби, вимагають від керівників машинобудівних підприємств розробки стратегій та прийняття ефективних управлінських рішень для підвищення конкурентного стану, завоювання нових ринків.

Більшість вітчизняних підприємств не відповідає вимогам ринкової економіки, що зумовлює необхідність розробки ефективного механізму формування їх конкурентної стратегії на засадах інноваційно-спрямованого інвестування.

Розробка та впровадження ефективних конкурентних стратегій надають можливість підприємствам займати лідируючі позиції на ринку та визначати шляхи досягнення перемоги в конкурентній боротьбі, за рахунок:

- розробки стратегії вибору ринків;
- розробки стратегії конкуренції на вибраному ринку;