

УДК 621.326

Музика І. – ст. гр. БКмз-61

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ВПЛИВ ЯКОСТІ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ

Науковий керівник: к.е.н., професор Федорович Р. В.

Однією з умов забезпечення конкурентноспроможності продукції підприємства в сучасних умовах ринкової економіки є якість. Тому, на нашу думку, проблема забезпечення і підвищення якості продукції є актуальною для всіх підприємств. Від її вирішення залежить успіх і ефективність національної економіки загалом.

Конкурентноспроможність продукції – сукупність споживчих властивостей товару, які визначають його відмінності від інших аналогічних товарів за рівнем задоволення потреб покупця і витрат на придбання та експлуатацію

Якість – як економічна категорія, відбиває сукупність властивостей продукції, що зумовлюють ступінь її придатності задовольнити потреби людини відповідно до свого призначення

На сьогодні сертифікація стала одним із важливих механізмів управління якістю, який дає можливість об'єктивно оцінити продукцію, надати споживачу підтвердження її безпеки, забезпечити контроль за відповідністю продукції вимогам екологічної чистоти, а також підвищити її конкурентоздатність.

Значну роль в підвищенні якості продукції відіграють стандарти, які є організаційно-технічною основою систем якості. Стандартизація продукції охоплює комплекс норм, правил і вимог до якості продукції. Стандарт на продукцію є основним нормативно-технічним документом, в якому показники якості встановлюються виходячи з новітніх досягнень науки, техніки і попиту споживачів.

При цьому необхідно також враховувати те, що підвищення якості продукції – задача довгострокова і безперервна. Рівень якості продукції не може бути постійною величиною. Вироби залишаються технічно прогресивними, зручними, модними, красивими до тих пір, доки їм на зміну не прийдуть нові, ще більш досконалі, що обумовлено науково-технічним прогресом в науці і техніці. Але на кожному часовому етапі якість продукції повинна бути оптимальною, тобто такою, що максимально задовольняє потреби споживачів при відносно мінімальних затратах на її досягнення.

Кінцева ціль кожної фірми – перемога в конкурентній боротьбі. Досягається вона чи ні – залежить від конкурентноспроможності товарів і послуг фірми, тобто від того, на скільки вони кращі, якісніші порівняно з аналогічною продукцією і послугами конкурентів.

Отже, забезпечення якості – це своєчасне виконання запланованих заходів, необхідних для впевненості в тому, що продукція чи послуги, задовольняють відповідні вимоги на конкретний виріб. Таким чином, управління якістю продукції повинно здійснюватись систематично.

Конкурентноспроможність окремих підприємств та галузей повністю залежить від того, на скільки їх продукція або послуги відповідають якості. Високоякісна продукція повніше і дешевше задовольняє різноманітний попит населення на споживчі товари. Лише постійний і зростаючий випуск конкурентноспроможної продукції є необхідною умовою виходу того чи іншого підприємства на світовий ринок, формування сталого іміджу продуцента як економічно надійного партнера на ньому, розвитку зовнішньоекономічної діяльності, забезпечення стабільного прибутку і фінансового становища.