

УДК 658.56
Букай Аліна

Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя

АНАЛІЗ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Bukai Alina

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

ANALYSIS OF PRODUCT QUALITY

Основна мета аналізу якості продукції включає відповідність продукції стандартам якості, використання якісної сировини, дотримання технічних вимог, проведення тестувань продукції, перевірка на дефекти та забезпечення якісного упакування. Дані вимоги допомагають підприємству вдосконалити власні технології, покращити власний продукт, задовольнити потребу споживача як найкраще та уникнути непередбачуваних ситуацій.

Якість продукції є найважливішим аспектом підприємства в сучасному світі. Вона визначає задоволення споживачів тою чи іншою продукцією, показує наскільки ефективно підприємство чи дотримується це підприємство вимогам стандарту якості. Тому аналіз якості продукції є важливою складовою підприємства.

Якість продукції – сукупність її взаємопов'язаних характеристик і можливостей задовольняти визначені запити певних груп споживачів. Якість продукції є ключовим фактором конкурентоспроможності підприємства на ринку. Висока якість продукції дозволяє підприємству залучати та утримувати клієнтів, створюючи позитивне сприйняття бренду та забезпечувати стабільний прибуток. Поняття якості включає певну характеристику товару: доступність, постачання, техніко-економічні характеристики, дизайн, надійність, ефективність споживання і експлуатації, ремонтпридатність, ступінь екологічності. Основною метою є забезпечення і контроль якості продукції. Задоволення потреб і запитів цільових груп споживачів. Звичайно, якість товару забезпечує товаровиробник, але саме споживачі визнають або не визнають рівень якості товару і його відповідність ціні. Об'єктивна оцінка якості товару та його окремих характеристик і загального рівня якості є важливою. Оцінка це є основа для розробки комплексу заходів що входять до товарної політики, яка є ключовою складовою маркетингової стратегії.

Важливість якості продукції важко переоцінити, оскільки вона має безпосередній вплив на різні аспекти підприємства та його стосунки з клієнтами та конкурентами. Кілька головних аспектів: задоволення клієнтів, конкурентоспроможність, репутація бренду, ефективність бренду, інновації та розвиток, відповідальність законодавчим вимогам.

Метод аналізу якості продукції включає в себе два чинники внутрішні і зовнішні. Внутрішні методи аналізу якості продукції включають в себе різні підходи та інструменти, які використовуються для визначення рівня якості виробів на виробничому підприємстві. До їхнього складу входить систематичний контроль параметрів якості виробів на різних етапах виробництва, перевірка відповідності системи управління якістю продукції підприємства вимогам стандартів якості, виявлення причин дефектів продукції та вдосконалення процесів виробництва, перевірка якості продукції через різні тести та випробування, аналіз причин рекламаций клієнтів та прийняття заходів для їх усунення. Зовнішні включають в себе збирання відгуків споживачів щодо якості продукції за допомогою анкет, опитувань та звернень до сервісних служб, дослідження якості продукції конкурентів та ринкового середовища для порівняння з власними продуктами, залучення фахівців або експертів для оцінки якості продукції на підприємстві, вивчення причин та обсягу рекламаций та

повернень продукції, збирання даних про задоволеність клієнтів якістю продукції через опитування або аналіз їхньої поведінки.

На якість продукції впливає багато факторів, одним із важливих є сировина а саме: якість початкових матеріалів або компонентів, які використовуються у виробництві продукції, процеси виробництва, які включають у себе технології та методи виготовлення продукції, використання сучасного обладнання та передових технологій виробництва, кваліфікація, мотивація та умови праці працівників, що впливають на процес виробництва, очікування та вимоги споживачів, які визначають якість продукції, умови, в яких зберігається та транспортується продукція, що впливає на її якість.

Якість продукції визначається комплексом факторів, які включають як внутрішні так і зовнішні. Відповідність цих факторів вимогам і стандартам якості є ключовим для забезпечення високої якості продукції, задоволення потреб споживачів та успіху на ринку. Важливо постійно вдосконалювати процеси виробництва, контролювати якість та реагувати на зміни на ринку для забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Загоровська В.В. Фактори, що впливають на якість продукції підприємства. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/12/505.pdf>
2. Королюк Т., Співак С., Ратинський В. Облік в управлінні підприємством в умовах цифрової економіки. Галицький економічний вісник. 2023. Том 85. №6. С. 88-96.
3. Королюк Т., Хомин П., Співак С. Особливості організації управлінського обліку в системі контролінгу. Галицький економічний вісник. 2023. № 4 (83). С. 71-77.
4. Краузе О.І., Піняк І.Л. Воронка продажів – аналітичний інструмент маркетингу. Соціально-економічні проблеми і держава. №2 (25). 2021. С. 586-593. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21koiaim.pdf>
5. Краузе О.І. Маркетинговий аналіз конкурентоспроможності промислового підприємства /Нарощування фінансово-економічного потенціалу суб'єктів економічних відносин як основа поступального розвитку територіально-господарських систем: монографія /за заг. ред. О. Панухник] Тернопіль, ФОП Паляниця В. А., 2021. – С. 140-146.
6. Поняття якості продукції. Показники якості та їх класифікація. URL: <https://buklib.net/books/37647/>