

# НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ

УДК 339.137.2.017

Міллер А. Ю., студент 4 курсу,  
ХНЕУ ім. С. Кузнеця

*Анотація: розглянуто сутність якості продукції, досліджено основні напрями покращення якості та виявлено їх зв'язок з етапами життєвого циклу товару.*

*Ключові слова: якість, товар, конкурентоспроможність продукції, життєвий цикл, технічний рівень, чинники, напрями.*

*Annotation: the essence of quality of products is considered, the main directions of improvement of quality are investigated and their connection with the stages of the product life cycle is revealed. Key words: quality, product, product competitiveness, life cycle, technical level, factors, directions.*

В умовах ринкових відносин кожне підприємство має орієнтуватися на досягнення максимальних результатів своєї діяльності, а наявність на ринку конкуренції значно знижує можливості підприємства в досягненні поставленої мети. В такому випадку підприємство має створювати та підтримувати суттєві переваги перед конкурентами, основні з яких спрямовані на виробництво продукції високої якості, здатної як найкраще задовольняти потреби споживачів. Це обумовлює необхідність приділяти на підприємствах велику увагу цим питанням, орієнтуючись на світовий досвід створення сучасних систем управління якістю продукції.

Питаннями підвищення якості продукції підприємства в умовах ринкової економіки займалися у тому числі Алтухова І. Н., Жаліло Я. А., Базиліук Я. Б., Белінська Я.В., Баженов І. та інші.

Метою написання тез є дослідження напрямів підвищення якості продукції на підприємстві.

Якість – це сукупність властивостей і характеристик продукції, які дають їй можливість задовольняти обумовлені чи передбачувані потреби споживачів. Властивістю називається об'єктивність і спроможність продукції, яка виявляється при її створенні, експлуатації чи споживанні [1].

Слід розрізняти поняття якості продукції та поняття її технічного рівня. Поняття технічного рівня виробів за змістом вужче від якості, оскільки охоплює сукупність лише техніко-експлуатаційних

характеристик. Показники технічного рівня встановлюються при проектуванні нових знарядь праці (транспортних засобів, машин, приладів).

На рівень якості й конкурентоспроможності продукції впливає багато різнопланових чинників. Досягти необхідного рівня якості та конкурентоспроможності реалізованих на відповідних ринках товарів можна різними способами, скоординованими в часі і просторі. Сукупність найважливіших конкретних напрямів підвищення якості та конкурентоспроможності всіх видів продукції включає наступні чинники [2]:

Технічні:

1. Використання досягнень науки і техніки в процесі проектування виробів.
2. Запровадження новітньої технології виробництва і суворе дотримання технологічної дисципліни.
3. Забезпечення належної технічної оснащеності виробництва.
4. Удосконалення застосовуваних стандартів і технічних умов.

Організаційні:

1. Запровадження сучасних форм і методів організації виробництва та управління.
2. Удосконалення методів контролю й розвиток масового самоконтролю на всіх стадіях виготовлення продукції.
3. Розширення прямих господарських зв'язків між продуцентами та покупцями (споживачами).
4. Узагальнення й використання передового вітчизняного та зарубіжного досвіду в галузі підвищення конкурентоспроможності продукції.

Економічні та соціальні:

1. Застосування узгодженої системи прогнозування і планування необхідного рівня якості виробів.
2. Установлення прийнятних для продуцентів і споживачів цін на окремі види товарів.
3. Використання ефективною мотивації праці всіх категорій персоналу підприємства.

4. Усебічна активізація людського чинника та проведення кадрової політики, адаптованої до ринкових умов господарювання.

Фактори, які впливають на якість продукції повинні бути враховані та повинні піддаватись аналізу на підприємстві, оскільки, це дасть змогу приймати своєчасні рішення на основі достовірної інформації, а також вдосконалювати процеси виробництва і проектноконструкторські розробки та, як результат, забезпечувати високий рівень якості продукції [3].

Дослідження зазначених чинників з підвищення якості продукції свідчить про їх зв'язок з етапами життєвого циклу товару.

Життєвий цикл товару – час, упродовж якого товар життєздатний на ринку і забезпечує досягнення цілей продавця. Від життєвого циклу товару залежить рівень прибутку на кожній із його стадій [4].

Заходи з підвищення якості продукції доцільно обирати та впроваджувати з урахуванням особливостей етапів життєвого циклу товару. Це дасть змогу більш доцільно використати кошти на підвищення якості продукції для збільшення її конкурентоспроможності та ефективніше підвищити якість товару. В табл. 1 наведено заходи підвищення якості продукції, які доцільно впроваджувати на відповідному етапі життєвого циклу товару.

Таблиця 1

Заходи з покращення якості товару на відповідному етапі його життєвого циклу

Етап життєвого циклу товару	Заходи підвищення якості продукції
1	2
1. Зародження	1. Використання досягнень науки і техніки в процесі проектування виробів.
2. Зростання	1. Запровадження новітньої технології виробництва і суворе дотримання технологічної дисципліни. 2. Запровадження сучасних форм і методів організації виробництва та управління. 3. Розширення прямих господарських зв'язків між продуцентами та покупцями (споживачами). 4. Установлення прийнятних для продуцентів і споживачів цін на окремі види товарів.

1	2
3. Зрілість	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Забезпечення належної технічної оснащеності виробництва.</li> <li>2. Удосконалення застосовуваних стандартів і технічних умов.</li> <li>3. Запровадження сучасних форм і методів організації виробництва та управління.</li> <li>4. Удосконалення методів контролю й розвиток масового самоконтролю на всіх стадіях виготовлення продукції.</li> <li>5. Розширення прямих господарських зв'язків між продуцентами та покупцями (споживачами).</li> <li>6. Узагальнення й використання передового вітчизняного та зарубіжного досвіду в галузі підвищення конкурентоспроможності продукції.</li> <li>7. Застосування узгодженої системи прогнозування і планування необхідного рівня якості виробів.</li> <li>8. Установлення прийнятних для продуцентів і споживачів цін на окремі види товарів.</li> <li>9. Використання ефективної мотивації праці всіх категорій персоналу підприємства.</li> <li>10. Усебічна активізація людського чинника та проведення кадрової політики, адаптованої до ринкових умов господарювання.</li> </ol>
4. Занепад	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Використання досягнень науки і техніки в процесі проектування виробів.</li> <li>2. Установлення прийнятних для продуцентів і споживачів цін на окремі види товарів.</li> </ol>

Отже, стратегічним напрямком успішного функціонування підприємств в сучасних економічних умовах є створення ефективних шляхів підвищення якості продукції та процесу їх формування на підприємстві, які дозволяють підвищити необхідний рівень споживчих характеристик продукції. Використовуючи заходи, які наведено в табл. 1, можна більш ефективно та раціонально розподілити кошти на підвищення якості продукції, та отримати кращий результат.

### Література

1. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підручник. / О. С. Іванілов. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 728 с.
2. Алтухова И. Н. Конкурентоспособность предприятий на внешнем рынке / И. Н. Алтухова // Вісник Донецького університету. – 2012. – Вип. 1. – С. 106-111.

3. Левкулич В. В. Зовнішні та внутрішні фактори впливу на забезпечення та покращення якості продукції // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://archive.nbuv.gov.ua>.

4. Жаліло Я. А. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / Я. А. Жаліло, Я. Б. Базиліук, Я. В. Белінська – К. : Національний інститут стратегічних досліджень, 2005. – 388 с.

Науковий керівник,  
ст. викл.

Запащук Л. В.