

Б. Крупельницька І.Г., Даценко Г.В., Коцеруба Н.В., Кудирко О.М., Лобачева І.Ф. Аналіз господарської діяльності. Навчальний посібник. Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Вінниц. торг.-екон. ін-т. Вінниця. 2021. 416 с. URL: <https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=52947.pdf&x=1>

Чеснік Н.М., кандидат економічних наук,
доцент кафедри бізнесу та права
Вінницький інститут Університету «Україна»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6576-1642>
Кожухівський В., магістранти 2-го року
підготовки спеціальності 073 Менеджмент
Вінницький інститут Університету «Україна»
Милятинський Б., магістранти 2-го року
підготовки спеціальності 073 Менеджмент
Вінницький інститут Університету «Україна»

DOI: <https://doi.org/10.58521/2521-1390-2023-28-15>

УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

QUALITY AND COMPETITIVENESS MANAGEMENT IN THE PRODUCTION SYSTEM OF ENTERPRISES

Анотація. У статті досліджено процес управління якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємства. Визначено ключові аспекти взаємозв'язку якості продукції та конкурентоспроможності продукції підприємства. Досліджено внутрішні та зовнішні фактори, які впливають на якість і конкурентоспроможність продукції підприємства. Описані фактори впливу на якість та конкурентоспроможність продукції підприємства, які розділяються на зовнішні та внутрішні.

Ключові слова: якість продукції, конкурентоспроможність продукції, система управління якістю, контроль якості, задоволення споживачів.

Abstract. This article explores the process of managing the quality and competitiveness of a company's production. Key aspects of the interrelation between product quality and the competitiveness of the enterprise's production are identified. Internal and external factors influencing the quality and competitiveness of the company's production are investigated. The article describes the impact factors on the quality and competitiveness of the company's production, which can be categorized as external and internal.

Keywords: product quality, product competitiveness, quality management system, quality control, consumer satisfaction.

Постановка проблеми. У сучасному бізнес-середовищі поняття управління якістю та конкурентоспроможністю стають важливими для стійкого успіху підприємств. Оскільки ринки еволюціонують та стають все більш конкурентоспроможними, розуміння тонкощів взаємозв'язку якості продукції та конкурентоспроможності підприємства стає надзвичайно важливим. Дане дослідження має на меті висвітлити актуальність управління якістю та конкурентоспроможністю в контексті сучасних підприємств і розкрити ключові взаємозв'язки між ними.

Швидкий темп технологічних змін, зміни у вподобаннях споживачів та глобалізація ринків створюють динамічне середовище, де підприємства повинні постійно адаптуватися для збереження конкурентоспроможності. Ефективне управління якістю продукції визнається як фундаментальний елемент задоволення очікувань споживачів та утримання вигідної позиції на ринку. Одночасно стратегічне управління конкурентоспроможністю є невід'ємною частиною стратегії для підприємств, що прагнуть не лише вижити, але й вирізнитися в умовах високо конкурентного середовища.

Незважаючи на визнання важливості якості та конкурентоспроможності, існує потреба у комплексному дослідженні їх взаємодії. Механізми, за допомогою яких якість продукції впливає на загальну конкурентоспроможність підприємства, а також внутрішні та зовнішні фактори, що формують обидва цих аспекти, вимагають глибокого вивчення. Таким чином, дане дослідження є актуальним.

Формулювання цілей. Метою статті є дослідження взаємозв'язку системи управління якістю продукції та конкурентоспроможністю підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розробці проблематики управління якістю та конкурентоспроможністю на підприємстві присвячені фундаментальні роботи багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема таких вчених як Кузьома В. В., Павлюк С. І., Могилевська О.Ю., Мірошник М. В., Кобелев В.М., Пронкіна Л.І. та інших.

Проте питання, що стосуються процесу управління системою якості продукції на підприємстві та підвищення її конкурентоспроможності залишаються недостатньо дослідженими. Проблема управління якістю продукції та конкурентоспроможністю є підґрунтям для визначення основних напрямків її удосконалення.

Виклад основного матеріалу. Процес управління якістю продукції є важливим елементом виробничого процесу будь-якого підприємства. Високоякісна продукція забезпечує конкурентну перевагу на ринку, задовольняє потреби споживачів та підвищує репутацію підприємства.

Управління якістю включає в себе планування, контроль та покращення процесу виробництва продукції з метою забезпечення високої якості кінцевого

продукту. Це може включати контроль якості вхідних матеріалів, процесів виробництва та готових продуктів.

Для виробництва високоякісної продукції підприємство повинно мати відповідну систему управління якістю. Крім того, забезпечення якості продукції повинно бути інтегроване в усі сфери діяльності підприємства, включаючи відділ продажу та маркетингу. Важливо враховувати вимоги та потреби споживачів, які можуть змінюватися з часом.

Кузьома В.В., Павлюк С.І. [1] зазначають, що «вирішення проблеми підвищення якості продукції є ключовим чинником забезпечення її конкурентоспроможності». Управління якістю продукції є необхідною складовою конкурентоспроможності будь-якого підприємства на ринку товарів та послуг. Забезпечення високоякісної продукції допомагає підприємству збільшити свою частку на ринку, залучити нових клієнтів та зберегти існуючих.

Власенко І.В зазначає, «для того щоб забезпечити конкурентоспроможну якість продукції, кожне підприємство повинне обґрунтовано здійснювати управління якістю, орієнтуючись при цьому на сучасні тенденції в його вдосконаленні» [2].

Конкурентоспроможність є ефективним вимірником ефективної діяльності підприємства. В умовах глобалізації світової економіки глобалізується і конкуренція підприємств. Конкурентоспроможність може виявлятися в умовах конкуренції і завдяки конкуренції. Конкурентоспроможність підприємства є важливим критерієм його життєдіяльності та функціонування на ринку в умовах перманентно змінюваних очікувань споживачів, особливо в умовах глобалізації міжнародних економічних відносин [2].

Визначимо ключові аспекти взаємозв'язку якості продукції та конкурентоспроможності підприємства:

- Суспільна оцінка продукції чи послуг. Якість визначається не тільки технічними характеристиками, але й задоволенням потреб та очікувань споживачів. Суспільна оцінка є важливим критерієм для успіху на ринку.

- Позиція підприємства на ринку. Якість впливає на позицію підприємства в ієрархії конкуренції. Висока якість продукції дозволяє підприємству займати вигідну позицію серед конкурентів.

- Оцінка конкурентних переваг. Якість може бути ключовою конкурентною перевагою. Високоякісні товари чи послуги забезпечують відмінність підприємства на ринку.

- Оцінка конкурентоспроможності товару. Якість товару на пряму впливає на його конкурентоспроможність. Якість стає критичним фактором при виборі споживачами.

- Оцінка конкурентного потенціалу підприємства. Якість є важливим елементом конкурентного потенціалу, визначаючи здатність підприємства конкурувати на ринку [3].

- Взаємозв'язок з елементами маркетингу та менеджменту. Якість вимагає ефективного маркетингу та менеджменту для забезпечення виробництва високоякісної продукції та її ефективного збуту на ринку.

- Вирішення управлінських завдань. Управління якістю включає в себе впровадження стратегій та політик, спрямованих на досягнення високого стандарту якості.

Загальний успіх полягає в ефективному управлінні та адаптації до змін у зовнішньому середовищі, щоб забезпечити високу якість та конкурентоспроможність продукції [1].

На якість і конкурентоспроможність підприємства впливають як внутрішні, так і зовнішні фактори [4, с.182-184]. Зовнішні фактори:

- Політична ситуація в державі та у світі. Нестабільність політичного середовища може впливати на умови бізнесу та його конкурентоспроможність.

- Рівень соціально-економічного розвитку країни. Економічний розвиток країни може визначати рівень платоспроможного попиту та споживчі уподобання, що впливає на конкурентоспроможність.

- Зовнішньоекономічна взаємодія впливає на доступ до ринків, сировини та технологій.

- Рівень конкуренції відображає необхідність вдосконалення якості та конкурентоспроможності продукції.

- Доступ до необхідних ресурсів визначає можливості виробництва та якість продукції.

- Рівень технічної забезпеченості. Використання сучасних технологій може підвищити ефективність та якість виробництва.

- Система державного управління економікою. Якість регулювання економічної сфери може впливати на конкурентоспроможність підприємства.

- Законодавча база. Нормативно-правове середовище може визначати вимоги до якості продукції та конкурентоспроможності.

- Ступінь задоволення потреб споживачів. Рівень взаємодії зі споживачами визначає їхнє задоволення та лояльність, що впливає на конкурентоспроможність.

Внутрішні фактори [6]:

- Технологічний рівень виробництва. Використання сучасних технологій та процесів виробництва впливає на якість та конкурентоспроможність.

- Система та методи управління підприємством. Ефективне управління включає планування, контроль та покращення процесів, що впливає на якість продукції.

- Рівень організації процесу виробництва. Ефективна організація робочих процесів сприяє виробництву високоякісної продукції.

- Орієнтація на маркетингову концепцію. Зосередженість на потребах та вимогах ринку сприяє підвищенню конкурентоспроможності.

- Активність впровадження інноваційних технологій у виробництво, інновації можуть покращити якість та споживчі властивості продукції.
- Рівень фінансового забезпечення потреб розвитку. Наявність фінансових ресурсів визначає можливості розвитку та вдосконалення.
- Висока кваліфікація працівників впливає на якість та конкурентоспроможність продукції [6].

Підприємства, які пропонують високоякісні товари або послуги, здатні здобувати та утримувати клієнтів, підвищуючи свою позицію в порівнянні з конкурентами. Таким чином, інвестиції у підтримку високої якості продукції сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємства у ринковому середовищі.

Зв'язок між конкурентоспроможністю та якістю продукції можна ілюструвати у вигляді рис. 1.



Рис.1 Взаємозв'язок якості і конкурентоспроможності продукції підприємства [7]

Згідно з рис.1, можна відзначити прямий взаємозв'язок між якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємства. Важливо враховувати, що підвищення якості продукції не лише безпосередньо впливає на рівень конкурентоспроможності, але також допомагає знизити витрати та збільшити прибуток, що сприяє фінансовій стабільності підприємства.

Висновки. Якість та конкурентоспроможність продукції підприємства є нерозривно пов'язаними концепціями, що визначають його успіх на ринку. Висока

якість продукції чи послуг відображається в задоволенні потреб споживачів та їхній лояльності. Забезпечення високого стандарту якості може також стати основою для створення конкурентних переваг. Коли підприємство здатне пропонувати продукцію вищої якості порівняно з конкурентами, воно здатне здобути перевагу на ринку і привертати більше споживачів. Успішна конкурентоспроможність, з свого боку, сприяє збереженню високого рівня попиту на продукцію, адаптації до змінних умов ринку та розвитку стійкої позиції серед конкурентів. Таким чином, взаємодія між якістю і конкурентоспроможністю стає важливим стратегічним аспектом в управлінні підприємством.

Список використаних джерел

1. Кузьома В. В., Павлюк С. І. Якість продукції як вирішальний фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємства URL: <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/14876>
2. Власенко І.В. Роль системи управління якістю в забезпеченні конкурентоспроможності продукції промислового підприємства URL: <https://jvestnik-chemistry.donnu.edu.ua/index.php/eou/article/view/11138>
3. Могилевська О.Ю. Маркетинговий підхід до управління конкурентоспроможністю промислового підприємства URL: http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/13268/1/2023_%D0%9E%D0%9D%D0%95%D0%A3_%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B2%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D1%97_28.09.2023.pdf#page=176 (дата звернення: 14.12.2023)
4. Мірошнік М. В., Коблев В.М. Розробка моделі оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства *Вісник. НТУ «ХПИ»*. 2014. №32. С. 182-187
5. Пронкіна Л.І. Конкурентоспроможність та якість продукції підприємства: взаємозв'язок змісту та управління URL: <http://econtlaw.nlu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/12/3-36-45.pdf>
6. Кошельок Г.В., Царьов О.С. Фактори, що впливають, що впливають на конкурентоспроможність підприємства URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/12/213.pdf>
7. Дашутіна Л.О. Якість продукції як основний чинник конкурентоспроможності URL: <https://repo.snau.edu.ua/bitstream/123456789/6905/1/%D0%94%D0%B0%D1%88%D1%83%D1%82%D1%96%D0%BD%D0%B0%20%D0%9B.%20%D0%9E.%20%D0%AF%D0%BA%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%97.pdf>
8. Швед В.В., Яблочников С.Л. Конкурентоспроможність підприємства та особливості її визначення в сучасних умовах. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Економіка*. 2013. №21, вип. 7 (1). С. 92-96
9. Швед В.В., Чорна Л.О. Управління конкурентоздатністю сучасного підприємства. *Регіональна бізнес-економіка та управління*. 2013. №4. С. 3-8

10. Швед В.В. Національна конкурентоспроможність України: індикативний підхід URL: http://mev-nu.com/load/2013/10_mizhnarodni_ekonomichni_vidnosini_v_sistemi_zrostantja_konkurentospromozhnosti_ekonomichnikh_sistem/40-1-0-199

Чеснік Н.М., кандидат економічних наук,
доцент кафедри бізнесу та права

Вінницький інститут Університету «Україна»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6576-1642>

Кошовий В., магістранти 2-го року підготовки
спеціальності 073 Менеджмент

Вінницький інститут Університету «Україна»

Русін О., магістранти 2-го року підготовки
спеціальності 073 Менеджмент

Вінницький інститут Університету «Україна»

DOI: <https://doi.org/10.58521/2521-1390-2023-28-16>

ВПЛИВ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ФОРМУВАННЯ ТА ЗМІЦНЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ КОМПАНІЇ

IMPACT OF EMPLOYEE MOTIVATION ON THE FORMATION AND STRENGTHENING OF CORPORATE CULTURE WITHIN THE COMPANY

Анотація. У статті охарактеризовано мотивацію персоналу та корпоративну культуру компанії. Наведені основні аспекти взаємозв'язку мотивації персоналу та зміцнення корпоративної культури. Охарактеризована позитивна та негативна корпоративна культура, розкрита роль корпоративної культури у розвитку трудового потенціалу компанії.

Ключові слова: мотивація персоналу, корпоративна культура, взаємодія, трудовий потенціал, позитивна корпоративна культура, негативна корпоративна культура, цінності, цілі, професійний розвиток.

Abstract. The article provides an overview of employee motivation and corporate culture. It outlines key aspects of the interplay between employee motivation and the reinforcement of corporate culture. Both positive and negative corporate cultures are characterized, and the article delves into the role of corporate culture in fostering the development of a company's human potential.

Keywords: employee motivation, corporate culture, interaction, human potential, positive corporate culture, negative corporate culture, values, goals, professional development.