

ПОКАЗНИК ЯКОСТІ ЯК ОСНОВОПОЛОЖНИЙ ЕЛЕМЕНТ РІВНЯ КОНКУРЕНЦІЇ В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ

Посохов І.М., Петриченко О.В.

***Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків***

Головним питанням, що буде розглядатися в цій дослідницькій роботі є встановлення закономірності та прямого зв'язку між таким важливим показником для кожного підприємства, як рівень конкурентоспроможності та якість управління безпосередньо компанією, її потужностями та активами. Якість розглядається як комплексне поняття, що характеризує ефективність всіх аспектів діяльності організації: від розроблення стратегії до організації виробництва. Міжнародна організація зі стандартизації визначає якість як сукупність властивостей і характеристик, які надають здатності продукту (послугі) задовольняти потреби споживача [1, 2, 3]. Майже кожне підприємство чи фірма, які вирішили розширити сферу свого впливу і вийти на міжнародну арену торгівельно-комерційних відносин, стикаються з дуже поширеною проблемою, а саме, високим рівнем конкуренції серед виробників та відповідно існують бар'єри входу до того чи іншого міжнародного ринку. Тож слід зазначити, що в сучасних умовах ведення торгівельної діяльності, необхідним елементом кожної організації, є створення структурованої системи управління якістю. Більшість підприємств розглядають якість як високоефективний засіб конкурентних переваг за допомогою постійної пропозиції на ринок товарів та послуг, що за допомогою вищих якісних характеристик краще задовольняють потреби споживачів, ніж аналогічна продукція конкурентів. Також під «якістю» розуміється не лише якість продукції, а й якість менеджменту сервісного обслуговування, самої фірми і якість взаємин між людьми. Тобто для підвищення рівня якості товарів, преш за все необхідно звернути якомога більше уваги на апарат керування компанією, сформувати розгалужену систему відділів з певними завданнями та своєю власною відповідальністю за окремі процеси, застосувати методи децентралізації управління та делегування окремих повноважень від командного центру до локальних відділів, які краще проінформовані про стан місцевого ринку. Отже у висновку, можна впевнено стверджувати, що за рахунок підвищення загального рівня якості на підприємстві, відбувається еквівалентне зростання рівня конкурентоспроможності компанії на міжнародних ринках, як наслідок поліпшення її економічних показників.

Література:

1. Аكوпова В.Г. Аналіз процесу управління якістю продукції на підприємствах і в організаціях / В.Г. Аكوпова, О.В. Мирошніченко // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – Вип. 2.
2. Ісікава К. Японські методи управління якістю: скорочений переклад з англійської / К. Ісікава, А.В. Глічев. – М.: Економіка, 2001. – 178 с.
3. Посохов І. М. Аналіз ризиків управління в системі менеджменту якості підприємства / І. М. Посохов // Бізнес Інформ. – 2016. – № 1. – С. 311-316.