

# СТАДІЇ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Труш Ю.Л, асистент

*Національний університет харчових технологій*

Реклама на товар та інші маркетингові заходи, які надають конкурентні переваги продукції, формують попит і просування її на ринок, від чого залежить конкурентоспроможність підприємства. За допомогою реклами споживач відразу визначає прерогативи товару, але за її відсутності може віддати перевагу іншій продукції, про яку він має достатню кількість рекламної інформації. Тому питання рекламної компанії важливе під час формування попиту, просування та реалізації товарів. Загальновідомо, що чим вищий попит, тим вища конкурентоспроможність продукції, і тим швидше продукція реалізується споживачем.

У цьому випадку конкурентоспроможність продукції розглядається як фактор і узагальнюючий показник ефективності виробництва, що досягається внаслідок збільшення якості продукції, а ріст продуктивності праці та спад витрат виробництва – з іншої сторони, – зменшують собівартість продукції, підвищують прибуток від продажу й ефективність.

Якщо проаналізувати ступінь впливу кожного фактора на конкурентоспроможність, то необхідно звернути увагу на якість продукції, як центрального фактора конкурентоспроможності, що має значний вплив на інші її фактори, такі як собівартість, ціна, прибуток, ефективність виробництва. Так, наприклад, від рівня якості продукції, прямо залежить ріст чи зменшення прибутку, собівартість, ціна, ефективність виробництва.

Пропонуються наступні стадії життєвого циклу якості: стадія розробки, стадія виробництва і споживання.

Якість розробки пов'язана з витратами на розробку нових видів продукту, апробацію сировини, на підготовку персоналу до виконання робіт.

Якщо на підприємстві систематично здійснюється контроль і аналіз якості робіт, своєчасно виявляються і усуваються причини появи неякісної продукції, то в такому виробництві як правило, менше невиробничих витрат на усунення браку.

В зв'язку з цим, підприємство несе менше збитків (або зовсім не має) від низької якості робіт. Крім того, неякісно виготовлена продукція більш дорожча в експлуатації, тому що потребує додаткових витрат на усунення дефектів, браку, налагодження і регулювання.

Витрати на стадії життєвого циклу продукції – виробництво, мають вплив не тільки на рівень собівартості, але й на довговічність, надійність та ефективність її споживання. Як було зазначено нами раніше, якість продукції формується на стадії проектування чи модернізації продукції, а на стадії виробництва забезпечується досягнення її якості.

Останньою стадією є споживання на якій формується враження покупця від придбаної продукції в необхідних для нього цілях, та приймається рішення про те, чи купувати продукт в наступний раз.

Вона є кінцевою, важливою стадією життєвого циклу якості на якій проявляється рівень конкурентоспроможності продукту та підприємства загалом.

Отже, питанням якості продукції необхідно приділяти першочергову увагу на всіх стадіях її формування, адже від цього залежать основні технічні й економічні параметри продукції і діяльності підприємства.

Вплив якості на результати та основні показники діяльності підприємства створює низку проблем, які потребують раціонального вирішення.