

Дарья Горшкова, Ирина Логинова

Dariya Gorshkova, Irina Loginova

**ВЛИЯНИЕ КАЧЕСТВА ТОВАРОВ И УСЛУГ НА
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ**

**INFLUENCE OF QUALITY OF GOODS AND SERVICES ON THE
COMPETITIVENESS OF AN ORGANIZATION**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ульяновский государственный технический университет»

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Ulyanovsk State Technical University»

В данной статье анализируется вопрос идентификации процесса входного контроля в системе менеджмента качества с использованием методологии IDEF0. Авторы исследуют основные этапы процесса входного контроля, определяют его участников, включая владельцев и исполнителей, анализируют входные и выходные данные, управляющие воздействия и ресурсы, необходимые для реализации этого процесса в контексте разработки системы менеджмента качества в организации.

В статье также рассматриваются различные подходы к определению и измерению качества, включая использование стандартов и сертификацию, исследование удовлетворенности клиентов, а также методы, основанные на оценке соотношения цены и качества. Авторы анализируют эти подходы и выделяют их значимость в контексте обеспечения высокого уровня качества как входного контроля, так и в целом в системе менеджмента качества организации.

Статья предлагает полезное исследование процесса входного контроля и различных методов оценки качества, которые могут быть полезными для организаций в их стремлении обеспечить высокую производительность и удовлетворение потребностей клиентов.

This article analyzes the issue of identifying the incoming control process in a quality management system using the IDEF0 methodology. The authors examine the main stages of the incoming control process, identify its participants, including owners and performers, analyze input

Горшкова Д. – студент бакалавриата

Логинова И. – кандидат технических наук, старший научный сотрудник

and output data, control actions and resources necessary to implement this process in the context of developing a quality management system in an organization.

The article also discusses various approaches to defining and measuring quality, including the use of standards and certification, customer satisfaction surveys, and value for money methods. The authors analyze these approaches and highlight their significance in the context of ensuring a high level of quality both in incoming control and in general in the organization's quality management system.

The article offers a useful exploration of the incoming inspection process and various quality assessment methods that can be useful to organizations in their quest to ensure high productivity and customer satisfaction.

Ключевые слова: цена, товары, исследование, продвижение, менеджмент качества, конкурентоспособность, потребитель, система управления качеством.

Keywords: price, goods, research, promotion, quality management, competitiveness, consumer, quality management system.

В настоящее время, в условиях рыночной экономики и конкуренции, огромное внимание уделяется проблемам качества.

Качество продукции - один из важных факторов успешной деятельности любого предприятия. В настоящее время во всем мире заметно ужесточились требования, предъявляемые потребителем к качеству продукции, сопровождаемые осознанной всеми необходимостью постоянного повышения качества, без чего невозможно достижение и поддержание эффективной экономической деятельности.

На сегодняшний день проблема проведения оценки возможностей поставщика очень актуальна.

В условиях интенсивной конкуренции на рынке разработка программ по повышению качества стала важным аспектом борьбы между конкурентами на различных уровнях. Выбор поставщика оказывается критическим не только из-за наличия множества предприятий, выпускающих аналогичную продукцию, но и потому, что поставщик должен быть надежным партнером в осуществлении стратегии организации производства.

В свою очередь, внедрение процесса аудита поставщиков так же позволяет решить на предприятии следующие задачи:

- получение уверенности в том, что выбранный поставщик, способен обеспечить поставки в соответствии с установленными требованиями;

- обеспечение предприятия продукцией соответствующего качества с высокими показателями надежности.

Адаптация принципов управления качеством на предприятии к требованиям международных стандартов ГОСТ Р ИСО 9001-2015 становится наиболее важным направлением научных исследований. С момента начала внедрения стандартов на российских предприятиях остаются актуальным вопрос оценки результативности и эффективности системы менеджмента качества.

Вопрос определения результативности и эффективности системы менеджмента качества, представляет собой один из наиболее дискутируемых в экономической литературе. В стандартах ГОСТ Р ИСО 9001-2015 отмечается особое значение оценки результативности и эффективности системы менеджмента качества. Однако методика их расчёта не определена. Это объясняется новизной, многогранностью проблемы, разнообразием факторов, влияющих на эффективность и результативность в области качества.

Качество товаров и услуг, предоставляемых организацией, а также ее конкурентоспособность в значительной мере зависят от качества работы ее поставщиков. Если организация закупает некачественную продукцию или получает услуги низкого качества от своих субподрядчиков, это может привести к непредвиденным расходам или недовольству конечных потребителей. Оба этих фактора имеют негативное влияние на результаты деятельности организации, включая ее прибыльность.

В связи с этим для организации принципиально важно иметь надежный инструментарий для оценки качества, которое может быть обеспечено конкретным поставщиком. Речь идет не о входном контроле закупаемой продукции, а об оценке способности поставщика поставлять качественную продукцию/услуги и систематически совершенствовать качество.

Качество товаров и услуг непосредственно влияет на удовлетворенность клиентов. Когда клиенты получают продукты и услуги, которые полностью соответствуют их ожиданиям, они становятся довольными и склонны оставаться лояльными к данной организации. Высокий уровень удовлетворенности клиентов способствует созданию положительной репутации бренда и повышению его конкурентоспособности.[3]

Подача рекламации поставщику получателем осуществляется в период, когда действуют гарантийные обязательства поставщика, или же в период, указанный в отдельном договоре. Эта процедура не зависит от того, в какой части изделия обнаружено несоответствие. В случае если работы или поставка продукции проводится непосредственно подрядчиком или субподрядчиком по договору, претензии предъявляются подрядчику.

Организации, предлагающие высокое качество товаров и услуг, привлекают новых клиентов и создают базу лояльных покупателей. Лояльные клиенты, удовлетворенные качеством предоставляемых услуг, имеют тенденцию совершать повторные покупки и рекомендовать организацию другим людям. Это способствует увеличению доли рынка и обеспечению долгосрочной конкурентоспособности организации.

Качество товаров и услуг играет значительную роль в формировании репутации бренда. Компания, которая известна своим высоким уровнем качества, наслаждается доверием клиентов и создает положительное восприятие своего бренда. Репутация бренда является ценным активом, который помогает привлекать новых клиентов, преодолевать конкуренцию и удерживать предыдущих клиентов.

В современном бизнесе надежные поставщики имеют критическое значение для предприятия, независимо от его отрасли. Они способны обеспечить выпуск компонентов или узлов продукции требуемого качества, точно в указанные сроки и в необходимом объеме. Эффективность и надежность поставок компонентов непосредственно влияет на качество конечного продукта, прозрачность коммуникаций и понимание общих целей и задач. Поэтому любая организация стремится иметь надежных поставщиков, которые обеспечат непрерывность и качество поставок.

Описанные обстоятельства подчеркивают важность надежности поставщиков для организации. Она заинтересована в обеспечении стабильности и качества поставок, чтобы удовлетворить потребности своих клиентов и поддерживать высокий уровень конкурентоспособности.

Аудит поставщика проводится при необходимости проведения проверки надежности поставщика по целому ряду показателей: аудит системы менеджмента качества поставщика, аудит технологического процесса производства продукции.[1]

Результаты и процедура оценки прошедшего аудита (проверки) являются конфиденциальной информацией и не могут быть использованы сторонами в отношениях с третьими лицами.

В современных условиях каждая организация, которая ценит свою репутацию и качество своей продукции, должна периодически проводить внешний аудит своих поставщиков. Аудит позволяет установить более доверительные отношения с поставщиком и улучшить работу благодаря повышению качества продукции и материалов. [2]

Высокое качество товаров и услуг мотивирует организацию к инновациям и постоянному улучшению. Для того чтобы оставаться конкурентоспособной, организация должна стремиться к разработке новых, инновационных продуктов и услуг, которые привлекут внимание клиентов и выделятся на рынке. Качество стимулирует организацию к

дифференциации и созданию уникальных предложений, что способствует ее конкурентоспособности. [4]

Качество товаров и услуг играет значительную роль в конкурентоспособности организации. Предоставление высокого уровня качества помогает привлекать и удерживать клиентов, повышает их удовлетворенность, создает положительную репутацию бренда и стимулирует инновации и дифференциацию. Для достижения долгосрочной конкурентоспособности организации необходимо придавать особое значение качеству своих товаров и услуг и стремиться постоянно его улучшать. Качество товаров и услуг напрямую влияет на конкурентоспособность, поэтому активное стремление к обеспечению высокого уровня качества является ключевым для выделения на рынке и привлечения лояльных клиентов. Качество становится определяющим фактором для достижения долгосрочного успеха и устойчивого развития бизнеса.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Волков О.И., Скляренко В.К. Экономика предприятия: Учеб. пособие. - 2-е изд. - М.: ИНФРА-М, 2013.
2. Выварец А.Д. Экономика предприятия: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии (по отраслям)" / А.Д. Выварец. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.
3. Карпенко, Э., Конкурентоспособность предприятия: понятие, методы оценки и регулирования: - Издательство Ростовского государственного экономического университета, 2011.
4. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. М.: ИНФРА - М, 2012. 510 с.