

ZBIÓR
RAPORTÓW NAUKOWYCH

Współczesna nauka.
Nowe perspektywy

Bydgoszcz
30.01.2014 - 31.01.2014

Część 2/1

СБОРНИК
НАУЧНЫХ ДОКЛАДОВ

Современная наука.
Новые перспективы

Быдгощ
30.01.2014 - 31.01.2014

Часть 2/1

УДК 339.138+ 658

ББК 94

Z 40

Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Druk i oprawa: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Adres wydawcy i redakcji: Warszawa, ul. S. Kierbedzia, 4 lok.103

e-mail: info@conferenc.pl

Cena (zl.): bezpłatnie

Zbiór raportów naukowych.

Z 40 Zbiór raportów naukowych. „Współczesna nauka. Nowe perspektywy„.

(30.01.2014 - 31.01.2014) - Warszawa: Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»,
2014. - 72 str.

ISBN: 978-83-64652-01-1 (t.2/1)

Zbiór raportów naukowych. Wykonane na materiałach Międzynarodowej Naukowi-
Praktycznej Konferencji 30.01.2014 - 31.01.2014 roku. Bydgoszcz.

Część 2/1.

УДК 339.138+ 658

ББК 94

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Powielanie i kopiowanie materiałów bez zgody autora zakazany.

Wszelkie prawa do materiałów konferencji należą do ich autorów.

Pisownia oryginalna jest zachowana.

Wszelkie prawa do materiałów w formie elektronicznej opublikowanych w zbiorach
należą Sp. z o.o. «Diamond trading tour».

Obowiązkowa odniesienia do zbioru.

Warszawa 2014

ISBN: 978-83-64652-01-1 (t.2/1)

"Diamond trading tour" ©

SEKCJA 11. ZARZĄDZANIA. MARKETING.(МЕНЕДЖМЕНТ. МАРКЕТИНГ)

1. Харченко Г. А., Бандурович Ю. Ю.....	5
МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	
2. Онищенко Ю.Н.....	9
ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ КИБЕРПРЕСТУПНОСТИ КАК ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ	
3. Федорчук Ю. М.	12
ПЕРЕШКОДИ НА ШЛЯХУ ВПРОВАДЖЕННЯ Е-УРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ	
4. Неверо Д.В., Колосов Г.В.	15
АНАЛИЗ ПЯТИ СИЛ ПОРТЕРА ДЛЯ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ	
5. Долгова И.В.....	17
ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ КАК СПЕЦИФИЧЕСКАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА	
6. Химера М.В.....	21
ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРІЯ УКРАЇНИ ЯК МАРКЕТИНГОВА СФЕРА ДІЯЛЬНОСТІ	
7. Сусь М.Ф.	25
КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ І ГЛОБАЛЬНИХ ТРЕНДІВ У B2B МАРКЕТИНГУ	
8. Улицкая Н.Ю.....	28
ОЦЕНКА ЦЕННОСТИ ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ ДЛЯ АГРОБИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ ТАМАЛИНСКОГО РАЙОНА ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	
9. Волк К. О.....	32
ВІЗУАЛЬНА СКЛАДОВА ФЕЙСИНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТАРІЮ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ	
10. Сусь М.Ф.	35
СИСТЕМА ЗАЛУЧЕННЯ ВІДОМИХ ОСІБ ДО ПРОСУВАННЯ БРЕНДІВ ЯК ОСОБЛИВА МАРКЕТИНГОВА ТЕХНОЛОГІЯ	
11. Мартинюк І.С., Литвинюк О.П.....	39
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	
12. Хусаинова С.В.	42
РОЛЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	

13. Мавколенко А.С.	51
ВОВЛЕЧЕННОСТЬ ПЕРСОНАЛА В УПРАВЛЕНИЕ: ПОНЯТИЕ, УСЛОВИЯ И ПОКАЗАТЕЛИ	
14. Неверо Д.В., Колосов Г.В.	54
РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО СНИЖЕНИЮ ТЕКУЧЕСТИ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ	
15. Мурина И.А.	56
СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА	
16. Шпилевая И. Е.	59
РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ДЕТЕРМИНАНТА ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	
17. Неверо Д.В., Колосов Г.В.	62
КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
18. Труфанова И.В.	64
СМЫСЛ ИМЕНИ ГЛАВНОГО ГЕРОЯ В РОМАНЕ В.В. НАБОКОВА «ПРИГЛАШЕНИЕ НА КАЗНЬ»	



Неверо Д.В.

студентка

Колосов Г.В.

старший преподаватель

Полесский государственный университет

КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Движущей силой современного развития экономического и производственного потенциала отдельных организаций, предприятий и общества в целом выступает качество продукции, которое оказывает всестороннее влияние на многие стороны финансово-хозяйственной деятельности. В рыночной экономике качество продукции является важнейшим фактором повышения конкурентоспособности, сбыта продукции и прибыльности работы предприятия. Для предпринимательских структур в конкурентной борьбе с производителями-аналогами очень важен ценовой фактор и уровень качества продукции, второй из которых за последнее время приобрел перво-степенное значение для покупателя.

Качество – это важнейший показатель конкурентоспособности продукции и как следствие – предприятия. Именно качество в значительной мере определяет выживаемость предприятия в условиях рынка, позволяет нарастить темпы научно-технического прогресса и эффективности производства. Международная практика свидетельствует, что страны, где в центр проблемы поставлена конкурентоспособность, обеспечиваемая высоким качеством товаров при эффективном использовании ресурсов, добиваются высокого и постоянно растущего жизненного уровня [1].

Качество дает экономию всех видов ресурсов, используемых на предприятии. Производство продукции развивается не столько за счет прироста количества товаров, сколько за счет улучшения их качества, что способствует более высокому уровню конкурентоспособности продукции и рациональному использованию ресурсов.

Качество – это фактор, обеспечивающий конкурентоспособность продукции, его уровень влияет на финансово-экономический, кадровый, маркетинговый и производственно-технологический потенциал и в конечном итоге на прибыль. В повышении уровня качества выпускаемой продукции заинтересован как потребитель, так и изготовитель продукции.

В настоящее время выделяют следующие факторы повышения качества продукции предприятия:

1. внедрение систем менеджмента качества на основе международных стандартов ИСО серии 9000;
2. внедрение систем экологического менеджмента на основе международных стандартов ИСО серии 14000;
3. внедрение автоматизированных систем управления технологическими процессами;
4. внедрение автоматизированных систем проектирования;
5. внедрение автоматизированных систем управления предприятием;

б. внедрение системы CALS – технологий на основе международных стандартов ИСО 10303, ИСО 15531 – как класса информационных технологий, направленного на обеспечение безбумажной (электронной) информационной поддержки жизненного цикла продукции. По мнению специалистов в этой области, именно внедрением CALS – технологий достигается самый высокий уровень управления [2].

Взаимосвязь качества и конкурентоспособности продукции прослеживается следующим образом: улучшение качества → снижение затрат → повышение производительности → снижение цены → расширение рынка → удержание рынка → обеспечение работой и увеличение объема работ → возврат капиталовложений [3].

Следует отметить, что уровень качества является важной (основной) составной частью конкурентоспособности продукции. Соответствие уровня качества заданным целям лежит в основе успеха предприятия. Но необходимо также ориентировать продукцию на конкретный рынок, благодаря чему продукция будет пользоваться спросом, а при отличном качестве – удовлетворять все потребности покупателей, и иметь высокую конкурентоспособность среди товаров – аналогов.

Список литературы:

1. Юркова Е. Качество как экономическая категория конкурентоспособности в аграрном секторе // АПК: экономика, управление. – 2009. – № 5.
2. Бардонов В.А. Опыт обеспечения конкурентоспособности продукции деревообработки на основе внедрения системы менеджмента качества по международным стандартам ИСО серии 9000.
3. Деминг Э. Выход из кризиса: новая парадигма управления людьми, системами и процессами: пер. с англ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.chtivo.ru/chtivo=3&bkid>.