

9. ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

А.А. Денисенко

Національний університет харчових технологій

В сучасних умовах розвитку світової економіки, які характеризуються прогресуючими тенденціями до глобалізації та

інтеграції, перенасичення ринку споживання, успішне функціонування підприємства будь-якого сектору економіки, незалежно від національної приналежності, повністю залежить від здатності товарів бути конкурентоспроможними, що досягається завдяки їх якості. Метою даної роботи є дослідження якості як основного важеля підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції.

Великий внесок у дослідження конкурентоспроможності підприємства зробили українські та зарубіжні вчені: Б.В. Буркінський, В.А. Василенко, В.І. Гринчуцький, В.В. Вітлінський, С.І. Наконечний, В.М. Колот, Г.А. Семенов, В.А. Станчевський, М.І. Шаповал, та ін. Проте в їхніх дослідженнях не розглядався вплив якості на показники та чинники конкурентоспроможності підприємства окремо [1, с. 12].

Якість продукції – сукупність властивостей продукції, які обумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення. Кількісна характеристика властивостей і показників (економічних, технічних та ін.) називається показником якості продукції. За кількістю характеризуються властивостей всі показники якості поділяються на одиничні, комплексні, що визначають і інтегральні [3, с. 48]. На сьогоднішній день забезпечення безпеки та управління якістю є одним із найважливіших завдань для підприємств як харчової промисловості, так і інших галузей України. Засоби масової інформації, приватні підприємці та державні органи контролю все частіше звертають увагу на проблеми гарантування виробником якості та безпеки готової продукції, як наслідок підвищується споживча культура і інтерес покупців до діяльності підприємств в області якості. Товар може стати конкурентоспроможним, тобто зайняти гідне місце в ряду аналогів і субститутів тільки в тому випадку, якщо він буде відповідати такому важко вловимий і багатозначно поняттю, як якість.

Один із визначних фахівців А. Фейгенбаум (США) підкреслює, що всі фірми повинні розвиватися в умовах конкуренції, впроваджуючи у практику такі основні принципи:

- якість є не одним з напрямків діяльності фірми, а безперервним процесом, який стосується всіх функцій апарату управління;
- якість залежить від ступеня участі в її формуванні кожного працівника фірми;
- якість не перешкоджає, а сприяє зниженню собівартості продукції;
- якість вимагає використання нової техніки і технології;
- якістю необхідно управляти так само безпосередньо та ефективно, як управляють виробництвом, устаткуванням, фінансами [2, с. 8].

Дотримуючись належного рівня якості, керівники підприємства мають на меті досягти відповідної конкурентоспроможності, що означає здатність підприємства до ефективної господарської діяльності та забезпечення прибутковості через якомога повніше задоволення потреб споживачів його продукції. Висока якість вітчизняної продукції сприятиме створенню високого іміджу України на міжнародних ринках, покращення взаємозв'язків з іншими країнами.

Розглядаючи питання забезпечення якості, слід врахувати і те, що покращення якості продукції на підприємстві вимагає додаткових виробничих витрат, отже, зростає собівартість продукції і, відповідно, її ціна. Проте додаткові витрати повністю відшкодовуються у вищій ціні більш якісного товару, що забезпечує зростання рівня рентабельності та обсягу прибутку.

Отже, високоякісна продукція повніше і дешевше задовольняє різноманітний попит населення на споживчі товари. Лише постійний і зростаючий випуск конкурентоспроможної продукції (за технічним рівнем, дизайном, продажною ціною, експлуатаційними витратами) є необхідною умовою виходу того чи іншого підприємства на світовий ринок, формування сталого іміджу, розвиток зовнішньоекономічної діяльності, забезпечення стабільного прибутку і фінансового стану. Підприємствам харчової промисловості необхідно приділяти велику увагу даному фактору, заради ефективного функціонування підприємства.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Малюта Л.Я. Забезпечення якості продукції – необхідна умова підвищення конкурентоспроможності підприємства та його продукції в сучасному ринковому просторі / Л.Я. Малюта // Економіка, фінанси, право. – 2008. – №9. – С. 11-14.

2. Пономарьова О.С. Вплив якості продукції на конкурентоспроможність підприємства / О.С. Пономарьова // Економіка, фінанси, право. – 2009. – №5. – С. 7-9.

3. Шаповал М.І. Менеджмент якості : підручник / М.І.Шаповал. – 3-тє вид., випр. і допов. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2007. – 471 с.

Науковий керівник – Сіднєва Ж.К., к.е.н.