3. ЯКІСТЬ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Д. Білоконь
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, цілком залежить від його конкурентоспроможності, визначальним фактором якого є якість продукції, яку підприємство представляє на ринку.

Дослідженням проблем якості та конкурентоспроможності продукції займалося багато закордонних та вітчизняних вчених, серед них: Г. Азоєв, Ф. Найт, В.Л. Дикань, А. Машнов, Т. Загорна, О. Дубров, С. Климент та інші.

Розвиток ринкових відносин в Україні неможливий без ефективного та стабільного розвитку економіки, що залежить від випуску конкурентоздатної продукції. Це є показником діяльності не лише окремих підприємств, але й економіки країни загалом. Одним з важливих факторів, що визначають успішність діяльності підприємства та забезпечення конкурентоспроможності його продукції є її висока якість, що повинна відповідати не лише вітчизняним, а й міжнародним стандартам.

Важливою умовою конкурентоспроможності економіки країни, регіону, підприємства є забезпечення відповідної якості та конкурентоспроможності продукції. Таким чином, конкурентоспроможність продукції підприємства необхідно оцінювати, як і щодо регіональних підприємств-конкурентів, так і згідно з міжнародними стандартами та вимогами якості продукції.

Під якістю продукції найчастіше розуміють сукупність її властивостей, які зумовлюють рівень здатності задовольняти певні потреби споживачів відповідно до їх призначення [1].

Один із визначних фахівців з проблем якості А. Фейгенбаум (США) підкреслює, що в умовах конкуренції фірми повинні розвиватися, 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 [4].

Аналіз роботи японських підприємств показує, що випуск високоякісної продукції дозволяє отримати потрійну вигоду у вигляді більш низьких виробничих витрат, більш високих чистих доходів, більшої частки ринку. Високоякісна продукція приносить приблизно на 40% більше прибутку на інвестований капітал, ніж продукція низької якості [2].

Отже – якість має першочергове значення для споживача, а для виробника це ключ до конкурентоздатності продукції.

Соціально-економічна ефективність підвищення рівня якості і конкурентоспроможності продукції, що виготовляється підприємством, виявляється в наступному:

• високоякісна і конкурентоздатна продукція завжди повніше і краще задовольняє суспільно-соціальні потреби;

• підвищення якості продукції є специфічною формою прояву закону економії робочого часу;

• конкурентоздатна продукція забезпечує постійну фінансову стабільність фірми та отримання максимально прибутку;

• багатоаспектний вплив підвищення якості (і конкурентоспроможності продукції) не тільки на виробництво і ефективність господарювання, але і на імідж підприємства в цілому [3].

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.

Якість є одним з основних факторів підвищення конкурентоспроможності на вітчизняних та зарубіжних ринках. Тому

підприємствам необхідно приділяти велику увагу даному фактору, хоча він і потребує додаткових витрат. Проте ці витрати повністю компенсуються за рахунок отримання додаткових прибутків, так як існує високий попит на високоякісну та екологічно безпечну продукцію. Високі стандарти якості допомагають вітчизняним підприємствам завоювати зарубіжні ринки, тому встановлення таких стандартів повинно бути першочерговою задачею державних органів управління.

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. 2012. №9. С. 11-14.

2. Как работают японские предприятия / [под ред. Я. Мондена и др.] ; сокр. пер. с англ. – М. : Экономика, 2012. – С. 262.

3. Пономарьова О.С. Вплив якості продукції на конкурентоспроможність підприємства / О.С. Пономарьова // Економіка, фінанси, право. – 2012. – №5. – С. 8.

4. Гиссин В.И. Управление качеством продукции / В.И. Гиссин. – Ростов н/Дону : Феникс, 2010. – 360 с.

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