

сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації» (м. Київ, 6-7 квітня 2023 р.) К.: КНУКІМ, 2023. 478 с. С.422-424. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kovalenko11.htm

Катерина ОРЕШКО

ЗВО спеціальності 073 Менеджмент

Миколаївський національний аграрний університет

м. Миколаїв

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент кафедри

готельно-ресторанної справи та туризму

Віктор КУШНІРУК

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВА ЗАВДЯКИ ВИСОКИМ СТАНДАРТАМ ЯКОСТІ

Якість продукції у сучасних умовах господарювання перетворилася на ключовий чинник формування конкурентних переваг підприємства, адже саме вона виступає визначальним критерієм вибору споживача серед широкого асортименту товарів. У ситуації, коли підприємства пропонують подібні за характеристиками та ціною продукти, вирішальним фактором стає рівень їхньої якості, надійності та відповідності очікуванням споживачів. У зв'язку з цим управління якістю виходить за межі технічного контролю та набуває стратегічного значення, стаючи інструментом формування довіри до бренду, зміцнення репутації підприємства та забезпечення його стійких позицій на ринку [1].

Актуальність проблеми посилюється тим, що висока якість продукції дозволяє підприємствам не лише утримувати існуючі ринкові позиції, а й виходити на нові сегменти, зокрема преміальні, де конкуренція ґрунтується не стільки на ціні, скільки на споживчій цінності продукції [2].

Конкурентні переваги підприємства формуються за рахунок різних стратегічних підходів, серед яких ключове місце займають зниження витрат та диференціація продукції. Саме диференціація, що базується на підвищенні якості товару, є найбільш стійкою конкурентною перевагою, оскільки її складніше відтворити конкурентам. Вона дозволяє створити унікальну

пропозицію на ринку та забезпечує можливість реалізації продукції за вищою ціною без втрати попиту

У цьому контексті якість слід розглядати як комплексну характеристику, що охоплює всі етапи життєвого циклу продукції — від підбору сировини та організації виробництва до транспортування і доведення товару до кінцевого споживача. Витрати на забезпечення якості можуть становити значну частку собівартості продукції, проте в довгостроковій перспективі вони забезпечують економічний ефект за рахунок зменшення втрат від браку, підвищення задоволеності споживачів та зміцнення ринкових позицій підприємства [3].

Інвестування у якість також виступає важливим чинником інноваційного розвитку підприємства, оскільки стимулює впровадження сучасних технологій, систем контролю та удосконалення управлінських процесів. Підприємства, орієнтовані на якість, характеризуються вищою адаптивністю до змін зовнішнього середовища та здатністю ефективно реагувати на потреби ринку.

Дослідження свідчать, що якість продукції безпосередньо впливає на фінансові результати діяльності підприємства, сприяє підвищенню прибутковості, прискоренню оборотності капіталу та розширенню ринків збуту. Вона формує додану вартість продукції через довіру споживачів, стабільність характеристик і відповідність сучасним стандартам. Крім того, висока якість дозволяє підприємствам працювати в умовах зниженої цінової конкуренції, де визначальним фактором є саме цінність товару для споживача.

Водночас якість виступає важливим інструментом маркетингової політики підприємства, оскільки сприяє формуванню позитивного іміджу, підвищенню впізнаваності бренду та зміцненню конкурентних позицій на ринку.

Особливого значення якість набуває для підприємств, що працюють із харчовою або швидкопсувною продукцією, оскільки вона пов'язана не лише з товарними характеристиками, а й із безпекою споживачів. Забезпечення високих стандартів якості дозволяє мінімізувати виробничі ризики, уникати

репутаційних втрат та відповідати міжнародним вимогам, що відкриває можливості виходу на зовнішні ринки [4].

Якість продукції є одним із ключових факторів конкурентоспроможності підприємства. Високі стандарти якості забезпечують формування унікальної ринкової пропозиції, дозволяють підвищувати ціну без втрати попиту, зміцнюють бренд та створюють довгострокові конкурентні переваги. Інвестиції у якість формують основу стабільного розвитку підприємства, підвищення ефективності його діяльності та розширення ринкових можливостей. Таким чином, у сучасній економіці якість виступає стратегічним ресурсом і визначальним чинником успішності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Мельник В. С., Михайлик Р. І. Систематизація сутності конкурентних переваг підприємства. *Молодий вчений*. 2019. № 10. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/2175>.
2. Воздвиженський В. О., Тітова М. І. Конкурентоспроможність підприємства: теоретичні аспекти формування. *Економічний вісник Дніпровського державного технічного університету*. 2024. № 1. URL: <https://econvisnyk.dstu.dp.ua/article/view/318854>.
3. Мазур В. С., Кіш М. В. Дослідження конкурентних переваг підприємства в сучасних умовах господарювання. 2021. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/36809>.
4. Сарай Н. М., Бойко О. В. Формування конкурентних переваг підприємства на міжнародному ринку. *Transformations in Business & Economics*. 2024. № 2. URL: <https://www.transformations.in.ua/index.php/journal/article/view/88>.