

предприятий наиболее перспективным является построение тесных взаимосвязей с поставщиками сырья и др. субъектами отрасли посредством создания различных корпоративных структур, объединяющих в своем составе все стадии производственного цикла.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сельское хозяйство Республики Беларусь: стат. сборник / Нац. статистич. комитет Респ. Беларусь; редкол.: И.В. Медведева [и др.]. – Минск, 2016. – 230 с.
2. Белявская, С. Л. Обеспечение конкурентоспособности продукции предприятий по переработке плодов и овощей: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / С. Л. Белявская; Ин-т системн. исслед. в АПК НАН Беларуси. – Минск, 2016. – 26 с.

УДК 33: 637.12

К ВОПРОСУ О ПОНЯТИИ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СУЩНОСТИ КАЧЕСТВА ПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ

Моргунов А. Н.

УО «Могилевский государственный университет продовольствия»
г. Могилев, Республика Беларусь

Изучение показывает, что усиление конкуренции практически во всех сферах деятельности субъектов хозяйствования обуславливает необходимость постоянного поиска путей сохранения лидирующих позиций на рынке товаров и услуг. В связи с этим приоритетной проблемой становится обеспечение требуемого качества поставляемой продукции. Именно качество продукции при всем многообразии производимых аналогичных товаров может привлечь потребителя и обеспечить получение прибыли. Следовательно, каждый производитель ищет новые пути, подходы и методы, которые позволили бы ему развиваться, быть лидером в условиях конкуренции.

В экономике и управлении термин «качество» прежде всего связан с созданием и использованием продукции, поэтому объектом исследования и управления здесь является в первую очередь качество продукции, причем его восприятие каждым человеком во многом зависит от того, какую роль оно играет в их процессе производства и потребления.

Анализ показывает, что из всего многообразия существующих современных трактовок категории «качество» можно выделить следующее основное понятие. Качество пищевой продукции – это совокупность характеристик пищевой продукции, соответствующих заявленным требованиям и включающих ее безопасность, потребительские свойства, энергетическую и пищевую ценность, аутентичность, способность удовлетворять потребности человека в пище при обычных

условиях использования в целях обеспечения сохранения здоровья человека [1].

В результате критерием конкурентоспособности предприятия является его эффективность деятельности по обеспечению требуемого качества продукции (Ξ), которую можно представить в виде:

$$\Xi = K/Z,$$

где K – реализуемый уровень качества;

Z – затраты на получение продукции требуемого качества.

Достижение роста эффективности возможно при применении принципиально различных подходов к управлению качеством продукции.

Требования к качеству продукции на рынке жестко формализованы и технически регулируются действующими стандартами. Обеспечение и сохранение на требуемом стандартами уровне фактических значений показателей качества продукции ($K = \text{const}$) и определяет рост эффективности деятельности предприятия при минимальном уровне затрат на производство ($Z_{\min}$).

Когда же требования к качеству продукта определяются преимущественно потребительскими предпочтениями, то рост эффективности производства будет зависеть от привлекательности данного продукта для потребителя. И тогда производитель должен будет сформировать эксклюзивные свойства продукции, привлекательные для потенциального потребителя, но пока отсутствующие у конкурентов.

Но наиболее перспективным является достижение роста эффективности предприятия за счет интенсивного развития уровня качества продукции ($K_{\max}$).

Практическое осуществление этого решения сводится к регулярным инвестициям, направленным на совершенствование качества производимой продукции с улучшенными свойствами, что позволит в результате увеличить объемы продаж, снизить цены, достичь роста конкурентоспособности и повысить репутацию производителя.

Таким образом, качество в современном менеджменте – это системная многоуровневая категория, отражающая способность продукции удовлетворять потребности сторон, заинтересованных в ее деятельности, достигая при этом устойчивого развития в постоянно меняющихся конкурентных условиях.

ЛИТЕРАТУРА

Стратегия повышения качества пищевой продукции в Российской Федерации до 2030 года /Распоряжение Правительства России от 20 июня 2016 г. №1364-р, г. Москва, 2016г.- 16 с.