Даніїл Бережний

(Київ, Україна)

ВПЛИВ КУЛЬТУРИ ЯКОСТІ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних умовах глобалізованої економіки конкуренція між підприємствами стрімко посилюється, а вимоги споживачів стають дедалі складнішими, багатовимірними та емоційно чутливими. За таких обставин на перший план виходить не просто здатність компанії виробляти товар чи надавати послугу, а сформована *культура якості*- глибинна система цінностей, норм, мотивацій та практик, що визначає ставлення організації до власних процесів, персоналу та клієнтів.

Саме культура якості перетворюється на фундамент конкурентоспроможності, адже забезпечує не одноразове покращення, а безперервний рух до досконалості.

Під *культурою якості* у менеджменті розуміють інтегровану модель поведінкових та управлінських установок, що підтримують прагнення до стабільно високого рівня результатів. Це не сукупність формальних інструкцій або процедур ISO, а внутрішній спосіб мислення, який розділяють усі працівники - від топменеджменту до виконавців операційного рівня. Підприємство з розвиненою культурою якості сприймає помилки не як загрозу чи привід для покарання, а як інструмент навчання та можливість оптимізації процесів.

Таким чином створюється сприятливе середовище, де природно формуються ініціативність, відповідальність і мотивація до вдосконалення.

Одним із ключових аспектів впливу культури якості на конкурентоспроможність є підвищення внутрішньої ефективності. Сучасні підприємства стикаються з необхідністю не лише зменшувати витрати, але й забезпечувати стійкість процесів, мінімізувати дефекти та простої, швидко реагувати на зміни попиту.



Там, де культура якості сильна, співробітники самі прагнуть до оптимізації: пропонують ідеї, беруть участь у Kaizen-активностях, орієнтуються на принцип «правильно з першого разу». Це знижує рівень браку, підвищує продуктивність та скорочує цикл виробництва, що безпосередньо впливає на собівартість і дозволяє підприємству бути більш ціннісним для клієнта.

Другий важливий вимір -**якість обслуговування і задоволеність клієнтів**. У сфері послуг культура якості проявляється в доброзичливості персоналу, стандартизованих процедурах сервісу, вмінні передбачати потреби клієнта. Підприємства, де культура якості вкорінена, зазвичай демонструють стабільно високі показники лояльності, що формує довгострокові конкурентні переваги. Володіння якістю - це вже не просто відповідність технічним нормам, а емоційний досвід клієнта, який прагнуть забезпечити бренди. Висока культура якості дозволяє формувати сильну репутацію, а репутація - це найцінніший актив компанії в умовах перенасичених ринків.



Не менш значущим є і вплив культури якості на **інноваційність підприємства**. Компанія, де заохочуються пропозиції працівників, критичне мислення і відкритість, здатна швидше впроваджувати нові технології, адаптувати цифрові інструменти та експериментувати з бізнес-моделями. Це особливо актуально сьогодні, коли цифрова трансформація стала не модним трендом, а вимогою виживання. Підприємства з потужною культурою якості охочіше інтегрують Lean, Kaizen, Six Sigma, системи моніторингу якості, big data-аналітику. Іншими словами, вони не бояться змін - вони їх ініціюють.



Окремої уваги потребує роль **лідера**. Формування культури якості починається «згори»: керівник задає тон, формує стандарти поведінки та особисто демонструє прихильність до безперервного вдосконалення. Там, де менеджмент справді вірить у якість, вона стає частиною ідентичності організації. Навпаки, формальні програми управління якістю без підтримки лідерів зазвичай залишаються декларативними й не впливають на конкурентоспроможність.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Фактор | Суть | Результат |
| Культура якості | Норми, цінності, поведінкові установки | Зниження браку, підвищення ефективності |
| Клієнтоорієнтованість | Стандарти сервісу, лояльність | Зростання задоволеності |
| Інноваційність | Lean, Kaizen, цифрові інструменти | Підвищення гнучкості |
| Лідерство | Прихильність до якості | Підтримка змін |

Загалом, культура якості трансформує підприємство зсередини, роблячи його більш адаптивним, відповідальним і орієнтованим на клієнта. Її вплив не обмежується лише кількісними показниками - вона формує стратегічну перевагу, яка дає можливість витримувати ринкові виклики, стабільно конкурувати та зберігати довіру споживачів. У довгостроковій перспективі саме культура якості стає тим фундаментом, на якому будуються сильні, інноваційні та конкурентоспроможні підприємства.

**Список використаних джерел:**

1. Добрянська Н.А. Новітні теорії управління конкурентоспроможністю персоналу в умовах діджиталізації та COVID-19 / Н.А. Добрянська, Н.М. Фоміна // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2022. – № 1 (59). – С. 5-13.

– Режим доступу до журн.: https://economics.net.ua/ files/archive/2022/Nо1/5.pdf. DOI: 10.15276/ETR.01.2022.1. DOI: 10.5281/zenodo.7226672.

1. Nikoliuk O.V. Organizational and economic determinants of ecologization of industrial enterprises / O.V. Nikoliuk, N.A. Dobrianskа, Yu.S. Levchyk // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2022. – № 3(21). – С. 37-43.

– Режим доступу до журн.: https://economics.net.ua/ ejopu/2022/No3/37.pdf. DOI: 10.15276/EJ.03.2022.4. DOI: 10.5281/zenodo.7465418.

1. Добрянська Н.А., Лагодієнко В.В., Торішня Л.А. Регулювання регіонального інноваційного розвитку. Український журнал прикладної економіки. – 2020. – Том 5. – № 1. – С. 263-270. [Електронний ресурс].

– Режим доступу: http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2020/11/ ujae\_2020\_r01\_a31.pdf.

1. Chukurna O. ,  Niekrasova L., Dobrianska N., Izmaylov Ya., Shkrabak I. , Ingram K. Formation of methodical foundations for assessing the innovative development potential of an industrial enterprise. Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu, 2020, № 4. pp. 146-152. DOI: 10.33271/nvngu/2020-4/146.
2. Bondarenko S., Verbivska L., Dobrianskа N., Iefimova G., Pavlova V., Mamrotska O. Management of Enterprise Innovation Costs to Ensure Economic Security. International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE) ISSN: 2277-3878, Volume-8 Issue-3, September 2019 pp. 5609-5613. DOI: 10.35940/ijrte.C6203.098319 [Електронний ресурс].

– Режим доступу: https://www.ijrte.org/wpcontent/uploads/papers/v8i3/C6203098319.pdf.

Науковий керівник:

асистент кафедри менеджменту підприємств КПІ ім. І. Сікорського

Хлебинська Олександра Ігорівна.