

Мячин В.В.

студент;

Матвеева В.Ю.

*кандидат экономических наук, доцент,
Донецкий национальный университет
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского*

ПОЛИТИКА ЕС В ОБЛАСТИ КАЧЕСТВА

В XXI веке процессы международной интеграции и торговли получили значительное развитие. Одним из последствий данных процессов является значительное снижение или полная отмена различных тарифных и нетарифных торговых барьеров во взаимной двусторонней и многосторонней торговле между странами. В свою очередь, это приводит к повышению ценовой и неценовой конкуренции на национальных товарных рынках государств, что не всегда позитивно влияет на экономику отдельного государства. В частности, имеет место значительная экспансия товаров европейского, американского, китайского, японского происхождения на внутренние рынки стран СНГ. Одним из методов конкурентной борьбы с такими товарами может выступать повышение качества отечественных товаров.

В связи с этим, особый интерес представляет изучение политики ЕС в области качества, т.к. данная политика успешно реализуется на европейском пространстве, а следовательно, отдельные ее составляющие могут быть позаимствованы странами СНГ для защиты отечественных производителей на внутренних рынках.

В середине 90-х годов в Европейском Союзе была принята новая политика в области качества продукции, которая отражена в документе «Элементы политики Европейского Сообщества в области качества».

Предпосылками для нового этапа усиления внимания к качеству являлись возрастающее насыщение европейского рынка товарами и усиление неценовой конкуренции; четкое понимание того, что создание единого рынка – важный, но недостаточный фактор для обеспечения конкурентоспособности фирм и условий их дальнейшего совершенствования. Анализ деятельности основных конкурентов – японских и американских компаний – показал, что в подходе к проблеме качества они значительно превзошли европейцев.

По данным исследования нескольких сотен фирм из многих стран мира, которое провела американская Ассоциация Кросби, отношение к роли качества как фактора конкурентоспособности компании в Европе и США значительно отличалось. Так, на удовлетворение запросов потребителей было нацелено около 34% из опрошенных западноевропейских фирм и почти 53% компаний США и АТР. Концепцию Всеобщего управления качеством – TQM (Total Quality Management) – применяло лишь 30% фирм Европы, а то время как среди компаний США этот показатель превышал 56%, среди компаний АТР – 53%.

Оценив ситуацию, эксперты ЕС пришли к выводу о необходимости сформулировать и развить собственную политику по качеству, которая

должна касаться не только товара или услуги, но и властных структур, стандартизации, сертификации, контроля и испытаний, всех факторов конкурентоспособности фирм.

Европейская политика по качеству базируется на общих подходах к созданию общеевропейской экономики и призвана обеспечить условия для развития «новой культуры качества», направленной на потребителя с учетом интересов экономических партнеров и обращения на едином рынке только высококачественных товаров.

Цели политики по качеству, как неотъемлемой составляющей общей экономической политики, ЕС видит в следующем:

1) согласование требований к качеству национальных и единого рынков для разработки общих целей в области качества;

2) обеспечение условий для постоянного улучшения качества;

3) повышение качества вследствие сближения требований к качеству государственного и частного секторов производства;

4) изменение структуры производства в соответствии с мировыми тенденциями для более полного удовлетворения потребительских предпочтений;

5) укрепление позиций европейской экономики и повышение ее конкурентоспособности за счет большей доступности различных методов управления качеством для предприятий стран ЕС;

6) улучшение использования промышленного потенциала, поддержка инновационной деятельности и научно-технического развития предприятий.

Создавая свою политику по качеству, ЕС определил роль органов власти, производственных компаний и потребителей в общей задаче улучшения качества. Органы власти координируют действия в самых разных областях, направленные на улучшение качества. Каждая компания вносит свой практический вклад и представляет отдельное звено в общей цепи задач. Потребитель представляет собой ценный источник информации и новых идей, поэтому необходимо усилить информированность потребителей по всем аспектам качества и поддерживать обратную связь.

Основные принципы европейской политики по качеству:

1. Принцип кооперации и взаимного дополнения сводится к тому, что заслуживающее доверия эффективное правовое и техническое пространство, которое сможет гарантировать бесперебойность функционирования внутреннего рынка, не может быть создано, если политика по качеству не учитывает меры, реализуемые на национальном, региональном и международном уровнях.

2. Базовый подход основан на осознании того, что политика по качеству составляет один из стратегических элементов промышленной политики, направленной на повышение конкурентоспособности в широком аспекте, а не в отдельных сферах.

3. Принцип социальности говорит о необходимости стимулирования подходов к политике по качеству, основанных на использовании ключевого – человеческого – фактора. В этом плане требуются гибкая интеграция различных национальных культур стран сообщества, а также улучшение

производственной атмосферы, что возможно при обеспечении взаимопонимания между руководящими и исполнительными звеньями.

4. Принцип структурирования направлен на усиление взаимодействия всех элементов (институтов) в инфраструктуре качества и более тесное и эффективное их сотрудничество с компаниями в целях приспособления к новым требованиям европейской экономики.

5. Использование новой концепции качества предполагает изменение подхода к качеству: формирование новой философии в стратегии управления фирмами, основанной на включении всего персонала в процесс постоянного улучшения деятельности всех подразделений компании с целью более полного удовлетворения запросов потребителей.

6. Интернационализация сводится к решению двух задач: разработке принципов взаимного признания всех национальных законодательных положений стран-членов для снятия всех препятствий в свободном передвижении товаров на едином рынке; созданию «культуры качества», обеспечению ее развития и овладению ею всеми участниками единого рынка.

На основе вышеизложенных принципов и целей создана Европейская программа качества – EQP (European Quality Programm).

Главная цель программы – объединить усилия всей экономики ЕС, направленные на повышение конкурентоспособности в результате улучшения качества товаров, услуг и совершенствования организации производства. Программа состоит из пяти разделов:

- 1) повышение качества и осознание необходимости этого;
- 2) создание, развитие и демонстрация способов и методов повышения качества;
- 3) повышение роли «инфраструктур качества»;
- 4) обучение и повышение квалификации;
- 5) структурная координация.

Таким образом, одним из методов защиты отечественных производителей на внутреннем рынке стран СНГ может служить разработка действенной политики качества. Целесообразно строить такую политику по примеру европейской, однако следует учесть национальные, социально-экономические и культурные различия. В частности, возможным представляется адаптация принципов политики качества ЕС к национальным особенностям государств и дальнейшее их внедрение, а также разработка основ формирования действенной институциональной базы и программ по качеству на примере EQP.

Список использованных источников:

1. Официальный сайт : European Commission [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://ec.europa.eu/index_en.htm
2. 7 рамочная программа Европейского союза: возможности и правила участия / В.Н. Беляков, Е.А. Бубнова, А.В. Гушко. – Днепр.: Приднепровский научный центр НАН Украины и МОН Украины, 2010. – 73 с.