

## КАЧЕСТВО КАК ФАКТОР СПРОСА

**С. Бортник, А. Романов**

*3 курс, факультет экономики и управления*  
Научный руководитель – доц. **А.С. Копосов**

Качество продукции – важнейший показатель деятельности предприятия. Повышение качества продукции во многом определяет выживаемость предприятия в условиях рынка, рост эффективности производства, экономию ресурсов, используемых на предприятии.

Рост качества продукции – характерная тенденция работы всех ведущих фирм мира. И качество выпускаемой продукции – основная конкуренция между фирмами.

Объем спроса зависит от ее цены и качества, цены и качества всех товаров-субститутов, цены и качества всех комплиментарных благ, дохода потребителя, выделяемого для покупки данного товара, вкусов, требований к качеству и предпочтений потребителей, условий потребления и ожидания потребителей.

При увеличении качества до более высокого уровня производитель непременно понесет дополнительные затраты на его получение и обеспечение, что обусловит рост издержек.

В связи с этим, согласно закону предложения, желание производить и предлагать товар у предпринимателя снизится, поскольку снизится норма прибыли при неизменной цене. В результате это приведет к смещению кривой предложения.

Таким образом, можно сделать предположение, что объем потребления качественного товара может не только не увеличиться, но даже уменьшиться, что будет соответствовать прежнему уровню равновесного объема потребления, либо при снижении объема потребления в любом случае произойдет увеличение цены товара.

Потребитель основывается на субъективной оценке того удовлетворения, которое он получит от потребления товара - полезности. Однако уровень достижения полезности в зависимости от качества изучен недостаточно. В теории предельной полезности изучена зависимость полезности от количества.

Как правило, каждый потребитель заинтересован максимизировать общее количество полезности, а оно зависит не только от количества товара, но и от уровня его качества. Поэтому и выигрыш, полученный от потребления одной единицы товара, зависит от его качества. В своем стремлении к максимизации полезного эффекта потребитель одновременно стремится приобрести более качественный товар и наращивать объем потребления, в целом зависящий от качества.