

КАЧЕСТВО И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОБЩИЕ И ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ

*В.А. Трифонов, к.э.н., доц., А.С. Дюпина, студентка 5 курса
Юргинский технологический институт (филиал) Национального исследовательского
Томского политехнического университета
652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26
E-mail: v.trifonov@rambler.ru, as86nastia@mail.ru*

Немаловажным понятием объекта рынка является конкурентоспособность. На уровень конкурентоспособности влияет большое количество факторов, но качество в последнее время становится главным фактором завоевания международных рынков, отесняя на второй план такой показатель в конкуренции товаров, как цена.

В современных рыночных условиях предложение превышает спрос и для того, чтобы продать свой товар, товаропроизводитель должен выиграть в конкурентной борьбе, завоевав потребителя путем постоянного повышения уровня качества. Даже организации, выпускающие известные и традиционные товары, уверенно чувствующие себя на рынке, благодаря стабильности, уделяют особое внимание повышению уровня качества, т.к. обеспечение конкурентоспособности любого предприятия невозможно без постоянного совершенствования его деятельности, направленной на повышение и обеспечение качества выпускаемой продукции.

Повышение конкурентоспособности предприятий России и стремление выхода на международные рынки сопровождается повышением заинтересованности к внедрению систем менеджмента качества на базе международных стандартов ISO серии 9001:2000.

Применение современных систем менеджмента позволяет отечественным предприятиям противостоять в конкурентной борьбе и обеспечивать высокую результативность деятельности.

Рассматривая тему качества и конкурентоспособности товара (продукции, услуги), для начала следует определиться, что означают эти понятия.

Согласно ГОСТ 15467-79 качество продукции – совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением. [1].

В 1986 г. Международной организацией по стандартизации (ISO) было сформулировано следующее определение понятия «качество»: «качество – совокупность свойств и характеристик продукции или услуги, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности».

В 1994 г. терминология была уточнена: «качество – совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленным и предполагаемым потребностям»[2].

Конкурентоспособность – это более высокое по сравнению с изделиями-аналогами (в определенном сегменте рынка) соотношение показателей качества и затрат на приобретение и потребление (эксплуатацию, обслуживание) изделия, иначе говоря, способность товаров отвечать требованиям конкурентного рынка, запросам покупателей в сравнении с другими аналогичными товарами, представленными на рынке[3].

Можно сказать, что конкурентоспособность – это совокупность потребительских и стоимостных свойств товара, которые определяют его успешное положение и дальнейшее существование на рынке.

Нельзя говорить о конкурентоспособности товара, не беря во внимание его качество. На конкурентоспособность влияют нескольких десятков факторов, но главными считаются цена и качество продукции, и последнее постепенно выдвигается на первое место.

Конкурентоспособность – это способность товаров быть проданными. Покупатель приобретает товар, качество которого может удовлетворить его потребность. Исходя из этого, можно охарактеризовать конкурентоспособность, как ряд качеств, предоставляющих товару определенные преимущества и успешный сбыт на рынке.

Понятия «качество» и «конкурентоспособность» тесно связаны между собой. Оба они оценивают результаты определенного труда, его необходимости и пользы для общества. Как одному, так и другому показателю присущи динамические характеристики, изменяющиеся с развитием потребностей общества и научно-технического прогресса.

Но конкурентоспособность товара определяется совокупностью конкретных свойств, в которых покупатель непосредственно заинтересован и которые удовлетворяют его потребность в данном товаре, поэтому между понятиями существует различие в оценке качества и конкурентоспособности. С точки зрения качества сравнению подлежат однородные товары, а при оценке конкурентоспособности берется конкретная потребность, поэтому сравниваться могут и неоднородные товары, т.к. они являются лишь способами удовлетворения одной потребности.

Конкурентоспособность товара может быть определена только при сравнении его с другим товаром, но нужно не просто сравнить его с аналогичным товаром на соответствие той или иной по-

требности, но и учесть затраты потребителя на покупку и дальнейшее использование. В зависимости от уровня качества товара товаропроизводитель устанавливает его стоимость. Товар с более высоким уровнем качества может быть менее конкурентоспособным, если повысить его стоимость за счет придания товарам новых свойств, не представляющих интереса для покупателей.

Конкурентоспособность товара характеризуют нижеприведенные параметры.

Технические параметры включают:

- параметры назначения – свойства товара, определяющие области применения и функции, которые он предназначен выполнять (например, пушно-меховое производство, перевозка грузов, обработка сельхозпродукции);

- эргономические параметры, характеризующие соответствие товара свойствам человеческого организма в процессе выполнения различных операций (трудовых, отдыха);

- конструктивные параметры, отражающие конструктивно технологические решения, присущие данным изделиям и обеспечивающие определенные свойства товаров (надежность, долговечность, ремонтпригодность и т. п.);

- эстетические параметры, характеризующие внешнее восприятие товара (цвет, мода, стиль).

Нормативные параметры характеризуют свойства товара, регламентируемые обязательными нормами стандартов на рынке, где его предполагается продавать. В случае несоответствия товара действующим обязательным нормам он не может использоваться для удовлетворения существующей потребности.

Экономические параметры связаны с затратами покупателя на продукцию. К ним относятся: цена товара, затраты на транспортировку и хранение, монтаж и наладку, а также все текущие эксплуатационные затраты[4].

Категории качества также присущи такие свойства и характеристики продукции, как:

- *экологические показатели* характеризуют соответствие товара требованиям защиты окружающей среды и основываются на рациональном и бережном природопользовании;

- *эргономические показатели* связаны с учетом свойств и особенностей человеческого организма и призваны соблюдать гигиенические (освещенность, токсичность, шум, вибрация, запыленность), антропометрические (соответствие формы и конструкции изделия размерам и конфигурации человеческого тела), физиологические, психологические и другие требования. Эргономические требования предусматривают такое функционирование изделий (товаров), которое обеспечивает оптимальные условия и удобства их использования по назначению, безотказно в течение наиболее длительного периода времени;

- *эстетические показатели* определяют внешнюю форму и вид продукции, ее дизайн, привлекательность, выразительность, эмоциональность воздействия на потребителя и т.д.

С переходом к рыночным отношениям появление на рынке новых товаров набирает обороты и зачастую является непредсказуемым. В товар превратились предметы обихода, орудия труда, машины, здания, земля, рабочая сила. Современная рыночная экономика предъявляет новые требования относительно качества товара. К причинам можно отнести постоянное возрастание личных, производственных и общественных потребностей, а также роли и темпов НТП; совершенствование услуг, конструкций выпускаемых товаров и повышение значимости выполняемых функций; отказ потребителя от товаров и услуг с низким уровнем качества и т.д. Но необходимо отметить и усиление конкуренции, которая является реальностью не только на внешнем рынке, но и внутри страны.

В условиях конкуренции развитые страны всего мира смотрят на высокое качество как на стратегическое коммерческое требование и самый значимый источник национального богатства. Качество определяет авторитет государства, служит основой для удовлетворения потребностей человека и общества, является важнейшей составляющей конкурентоспособности. Только на его основе предприятие может выжить в условиях жесткой конкуренции и получать необходимую прибыль, поэтому вполне логично, что управление качеством должно стоять на первом месте и являться важнейшим видом деятельности для всего персонала, от руководителя до исполнителя.

Делая вывод, можно сказать, что качество продукции является важнейшим звеном конкурентоспособности. Само слово «конкурентоспособность» означает способность товара (продукции, услуги) выдерживать конкуренцию.

Литература.

1. ГОСТ 15467-79 «Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения».
2. Колчков В.И. «Метрология, стандартизация и сертификация», Москва, 2013.
3. Фатхудинов Р. А. «Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент». М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002.
4. Филоsofoва Т.Г., Быков В.А. «Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность». Учебное пособие, 2012