

Т.А. Пашкевич, 3 курс

*Научный руководитель – А.Ф. Зубрицкий, ст. преподаватель
Белорусский национальный технический университет*

Конкурентоспособность – комплекс потребительских, качественных и стоимостных характеристик продукции, работы, услуг (в дальнейшем ПРУ), обеспечивающих преимущество именно этих ПРУ над предлагаемыми конкурентами ПРУ-аналогами и определяющих успех ПРУ на рынке в заданный промежуток времени. Однако высокая конкурентоспособность ПРУ является лишь необходимым условием успешной реализации их на рынке в заданных объемах.

Качество (по определению Международной организации по стандартизации (ИСО), поддерживаемой Республикой Беларусь) — это совокупность свойств и характеристик продукта, которые придают ему способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности. К показателям качества продукции относятся следующие группы показателей: назначения; надежности (безотказности, долговечности, ремонтпригодности, сохраняемости); экологичности; эргономичности; технологичности; эстетичности; стандартизации и унификации; патентно-правовые; безопасности применения; сертификационные.

Качество ПРУ является фундаментом механизма конкурентоспособности продукции предприятия, причем относительно низкое качество не означает низкой конкурентоспособности. Более того, высокое качество — тоже не синоним конкурентоспособности. Параметры качества в значительной степени определяются исходя из интересов производителя, а параметры конкурентоспособности - прежде всего из интересов потребителя.

Конкурентоспособность товара определяется совокупностью только свойств, представляющих интерес для конкретного покупателя и обеспечивающих удовлетворение данной потребности. Поэтому товар с повышенным уровнем качества за счет придания ему новых свойств может быть менее конкурентоспособным за счет роста его стоимости, так как эти дополнительные свойства не представляют интереса для основной группы потребителей. Проблема улучшения качества может быть решена за счет перехода на более качественные комплектующие, изменения дизайна, более точного соблюдения норм технологии.

Исходным пунктом формирования конкурентоспособности продукции предприятия является ее качество.

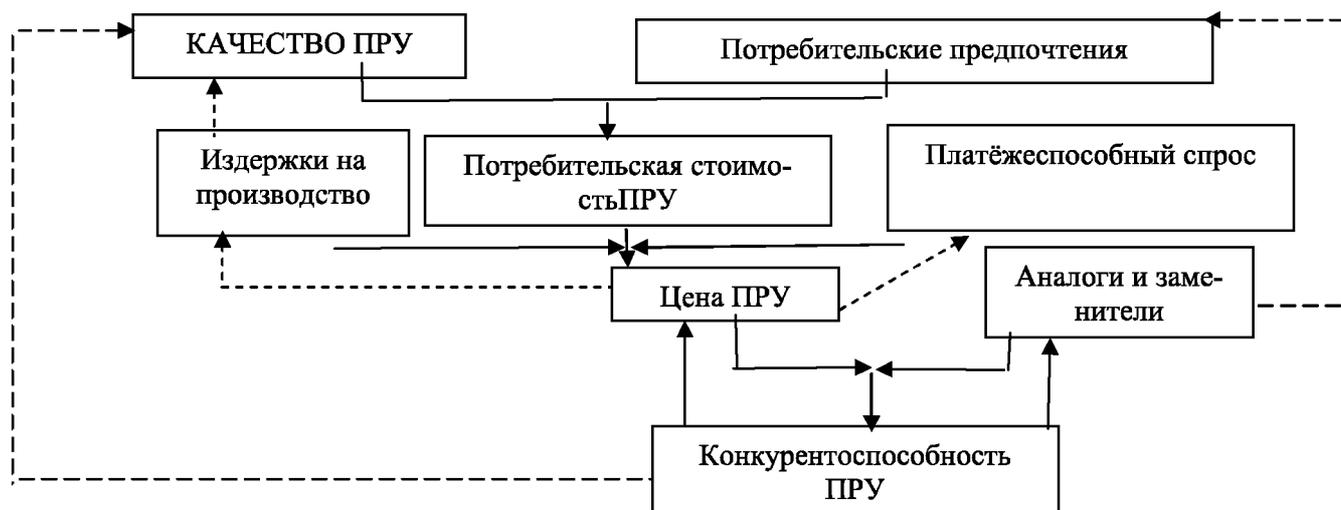


Рисунок – Механизм формирования конкурентоспособности продукции

Понятие конкурентоспособность товара шире понятий качество товара и технический уровень товара. Качество и технический уровень — главная, но не единственная составляющая уровня конкурентоспособности. Уровень конкурентоспособности кроме параметров, непосредственно раскрывающих потребительскую ценность товара, определяется такими факторами и характеристиками, как качество сервиса, сроки и условия поставки, реклама, финансовые условия контракта, динамика конъюнктуры рынка и др.

Фактор конкуренции носит принудительный характер. Он вынуждает производителей ПРУ из-за угрозы вытеснения с рынка более удачливыми конкурентами постоянно заниматься системой качества и уровнем конкурентоспособности своих ПРУ. А рынок объективно и строго оценивает результаты этой деятельности.

Качество является категорией, присущей не только рыночной экономике. Конкурентоспособность ПРУ носит более динамичный характер. При постоянном уровне качественных характеристик ПРУ его конкурентоспособность может меняться в широком диапазоне, реагируя на динамику конъюнктуры рынка, колебание цен, действия конкурентов, воздействие рекламы, изменение других внешних факторов и условий функционирования.

Анализ содержания понятий конкурентоспособность и качество позволяет сделать следующие выводы:

- для потребителя качество ПРУ является характеристикой обязательной, но не гарантирующей приобретение данных ПРУ;
- конкурентоспособными являются те ПРУ, которые удовлетворяют потребности покупателя более эффективно, чем ПРУ конкурентов, но и эти ПРУ могут быть не реализованы, если рынок насыщен;
- проблемы конкурентоспособности и качества в маркетинге предприятия носят не текущий, тактический, а долговременный, стратегический характер.

Качество перевозок – это способность перевозчика решать проблемы клиентуры наиболее рентабельным способом.

В последние годы в странах Европейского союза, кроме обычных требований, предъявляемых грузоотправителями к грузоперевозчикам, выдвигается в качестве необходимого условия при заключении контракта на перевозку наличие Сертификата качества ИСО-9002, выдаваемого Международной организацией по стандартизации. Этим клиентура стремится получить дополнительные гарантии того, что перевозка будет осуществляться наиболее эффективным способом. Кроме того, грузоотправители стараются учитывать требования грузополучателей, для которых основным критерием является получение любых товаров в нужном объеме, в необходимое время, в любом месте и за минимальную цену. Поэтому и белорусским перевозчикам необходимо учитывать, что с ростом конкуренции не только растут требования к качеству товаров, но и усиливается тен-

денция к сокращению партий товаров на складах, уменьшению сроков доставки, повышению синхронности грузоперевозок.

Список использованных источников

1. Абалонин С. М. Конкурентоспособность транспортных услуг: Учебное пособие. — М.: ИКЦ «Академкнига», 2004.
2. Воронов А.А. Оценка и менеджмент конкурентоспособности продукции. — Краснодар, 2003.
3. Светушков С.Г., Литвинов А.А. Конкуренция и предпринимательские решения. — Ульяновск, 2007.