DOI: 10.17117/na.2015.10.01.387

<http://ucom.ru/doc/na.2015.10.01.387.pdf>

Поступила (Received): 17.10.2015

Соломина К.А., Тимошенко П.Н. Качество и конкурентоспособность продукции в системе приоритетов современной компании

Solomina K.A., Timoshenko P.N.
**The concepts of quality and competitiveness in
the priorities of a modern company**

В статье рассмотрена сущность конкурентоспособности и качества продукции, показана необходимость исследования проблем качества и конкурентоспособности продукции и товаров, которые носят не текущий, а тактический, долговременный и стратегический характер. Определена важность для экономической науки и практики исследования критериев количественной оценки качества и конкурентоспособности продукции

Ключевые слова: качество продукции, конкурентоспособность, стратегический характер, взаимосвязь качества и конкурентоспособности

In the article the essence of competitiveness and quality of products, the necessity of research of problems of the quality and competitiveness of products and goods that are not current, and tactical, long-term and strategic nature. It determines the importance for economic science and practice research criteria for quantifying the quality and competitiveness of products

Key words: product quality, competitiveness, strategic, relationship quality and competitiveness

Соломина Ксения Александровна

Аспирант

Северо-Кавказский федеральный университет
г. Ставрополь, ул. Пушкина, 1

Solomina Ksenia Alexandrovna

Graduate

North Caucasus federal university
Stavropol, Pushkin st., 1

Тимошенко Павел Николаевич

Кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой

Невинномысский гуманитарно-технический институт

Ставропольский край, г. Невинномысск, бульвар Мира, 17

Timoshenko Pavel Nickolaevich

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Head of Department

Nevinnomyssk state humanitarian-technical institute

Stavropol Territory, Nevinnomyssk, Peace Boulevard, 17

В последние годы вопрос повышения качества продукции и услуг звучит все чаще, предприятия и организации либо уже внедрили, либо активно продолжают внедрять у себя систему менеджмента качества [1]. Нельзя не сказать, что вопросы качества не были актуальными и раньше, но именно в последние годы острота проблемы повышения качества продукции и услуг обусловлена ужесточением конкуренции как внутри страны, так и в глобальном

экономическом пространстве. Естественно, не стоят на месте и потребители, предъявляющие все более высокие требования к товарам и услугам [2].

Кризисные явления в экономике лишь еще более усилили конкуренцию на фоне сокращения спроса на продукцию и услуги, роста цен и стремления компаний к повышению собственного уровня конкурентоспособности [3]. Можно сказать, что выживание любого предприятия в целом и его устойчивое рыночное положение определено конкурентоспособностью, которая, в свою очередь, зависит от действия многочисленных факторов, среди которых целесообразно выделить основные. Это – уровень цен и качества продукции.

При этом именно качество продукции, работ, услуг постепенно становится ведущим. А, следовательно, управление качеством оказывается, по существу, необходимым элементом всей системы менеджмента организации – таким же значимым объектом управления, как доходы, затраты, время, персонал.

С течением времени исторически сформированные подходы изменили отношение к качеству продукции и услуг. Стало очевидно, что установка произвести продукцию или услугу, ориентируясь лишь на «соответствие стандарту», не обязательно ведет к успеху на конкурентном поле. Ошибки в установлении требований потребителей и выведение на рынок пригодных, с точки зрения производства, качественных продуктов, приводят к чрезвычайно высоким затратам, и, следовательно, отрицательно влияют на конкурентоспособность компании. Принципиально отличные подходы «от производителя» и «от потребителя» выделил как концептуальные Шоджи Шибя в бизнес концепциях «product out», где главное внимание уделено продукту, как основной цели деятельности и «market in» – подходу, ориентированному на потребителей [4].

Качество товаров и услуг, представляя собой своеобразную меру потребительской стоимости, оценивает и конкурентоспособность, поскольку значительно связано с рыночной конъюнктурой и может изменяться независимо от улучшения внутренних качеств продукта, поэтому качество можно представить как степень развития параметров, определяющих его потребительскую стоимость, уровень или меру полезности в конкретной экономической ситуации на рынке [4, 5].

Поскольку потребность в продукции определенного качества удовлетворяется потребительской стоимостью данной продукции в условиях сегментации рынка, то оно представляет особую значимость для управленческой теории и практики исследования критериев количественной оценки указанной стоимости продукции, а, следовательно – ее качества и конкурентоспособности.

Результаты работы организации и ее рыночное положение с позиций конкурентоспособности зависит от фундаментальных составляющих:

- качества цели (анализ и понимание запросов потребителя, определение качества как максимальной ценности для него);
- качества исполнения (снижения дефектности продукции).

Проблемы качества и конкурентоспособности продукции и товаров имеют не текущий, и даже не тактический, а, вероятнее всего, долгосрочный и стратегический аспект. Они проявляются в исследованиях и конструировании

продукции, ее опытным и серийным производстве, периодических испытаниях, контроле качества, поставках материальных ресурсов, их входном контроле, в конечном счете – в продажах и сервисном обслуживании используемых изделий, а также в их транспортировке, хранении, установке, послепродажном обслуживании, которые регулируются концепцией и методами всеобщего управления качеством и конкурентоспособностью продукции.

Таким образом, конкурентоспособность продукции, товаров, услуг в сочетании с их качеством определяет эффективность социально-экономической политики в условиях научно-технического прогресса и развивающейся рыночной экономики, ориентированной на потребителя.

Список используемых источников:

1. Парахина В.Н., Борис О.А. и др. Особенности управления инновационным развитием социально-экономических систем в современных условиях: коллективная монография. Ставрополь, 2011.
2. Parakhina V., Boris O., Midler E. Evaluation of innovative regional development Russia // Asian Social Science. 2015. Т. 11. № 5. С. 201-208.
3. Parakhina V., Boris O., Bezrukova T., Bezrukov B., Kirillova C. Assessment of social and innovational orientation of enterprises and companies // Review of Applied Socio-Economic Research. Vol. 8. Issue 2. 2014. P. 132-140.
4. Маслов Д.В., Белокоровин Э.А. Управление качеством на малом предприятии. М.: ДМК Пресс, 2011.
5. Минько Э.В. Менеджмент качества. СПб.: Питер, 2013.

© 2015, Соломина К.А., Тимошенко П.Н.
Качество и конкурентоспособность продукции в
системе приоритетов современной компании

© 2015, Solomina K.A., Timoshenko P.N.
The concepts of quality and competitiveness in the
priorities of a modern company