

*Михалёв Роман Геннадьевич,
магистрант кафедры «Экономики, управления и аудита»*

ЮЗГУ

Россия, г. Курск

КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ФИРМЫ

Аннотация: в статье описаны теоретические аспекты понятия «конкурентоспособность» в строительной отрасли. Перечислены мероприятия, ведущие к повышению качества продукции и способствующие повышению конкурентоспособности фирмы. Описаны российские и зарубежные стандарты качества.

Ключевые слова: конкурентоспособность, фирма, продукция, строительство, качество, контроль.

Annotation: the article describes the theoretical aspects of the concept of "competitiveness" in the construction industry. The measures leading to improving the quality of products and contributing to the competitiveness of the company are listed. Russian and foreign quality standards are described.

Key words: competitiveness, company, products, construction, quality, control.

Способность побеждать в борьбе за долю рынка, занимать, удерживать и расширять свою нишу называют конкурентоспособностью.

Конкурентоспособностью может обладать лишь предприятие, обладающее конкурентным преимуществом.

Основной составляющей конкурентного преимущества является качество продукции, выпускаемой фирмой.

Применительно к строительной отрасли, продуктом можно считать строительные, отделочные, крепежные и прочие материалы, а также качество выполнения работ.

Если взять в качестве примера продукции, например, жилое здание, то рассмотрим принцип, по которому Заказчик выбирает строительную организацию, то есть принцип, согласно которому фирма побеждает в конкурентной борьбе (получает заказ). В идеальном варианте любой Заказчик хочет получить дом отличного качества по минимальной цене, то есть при лучшем соотношении цена-качество. При этом понятие «минимальной» цены должно соотноситься с понятием качества продукта именно в рассматриваемом сегменте, так как, применяя дорогие и качественные материалы, можно сделать лучшее предложение в сегменте премиум-класса, но проиграть конкурс в эконом-классе. Зависит от изначальных потребностей Заказчика.

Повышая качество своей продукции, фирма создает аргументы для заказчиков по выбору именно этой фирмы в качестве подрядчика. Если здание построено из качественных материалов вместе с высоким качеством работ, на выходе получается качественно построенное здание. Помимо отсутствия претензий со стороны жильцов, качественный дом будет дешевле в эксплуатации (не нужно ничего доделывать, переделывать, ремонтировать а первые годы эксплуатации). Эксплуатационные расходы являются общей частью расходов и учитываются при финансировании строительства. Следовательно, фирма, производящая качественную продукцию (в нашем случае – дом), соответствует параметрам расчета окупаемости здания, что, в свою очередь приведет к тому, что на тендере (конкурсе) будет выбрана именно она. Банк (инвестор) не станут финансировать строительство с завышенной ценой строительства или эксплуатации.

Повышение качества продукции достигается совокупностью мероприятий:

- контроль качества разработки продукта;

- контроль качества сырья, материалов, полуфабрикатов и иных компонентов;
- контроль качества сборки (обработки);
- удешевление технологии производства без снижения качества продукта на выходе;
- повышение мотивации работников;
- вложение средств в новые технологии и новое оборудование;
- использование новейшего контрольного оборудования (испытательные панели, вибростенды и т.п.);
- контроль качества выходного продукта.

Для упорядочения самого понятия «качество» были разработаны американские и европейские стандарты качества, такие как ISO 9001, 9004 в строительстве. В России, где применяется ГОСТ Р 55048-2012, процесс сопряжения отечественных стандартов с зарубежными находится в стадии развития.

Повышение конкурентоспособности компании при повышении качества может выразиться в привлечении инвесторов, а также к выходу на международный рынок.

Высокое качество производимой продукции на каком-то этапе становится брендом, и фирма почти избавляется от необходимости завоевывать доверие покупателей, что начинает существенно экономит ее рекламный бюджет. Это оказывает кумулятивный эффект, так как высвобождающиеся средства могут быть направлены на разработку новых технологий и материалов, разработку и приобретение нового оборудования.

Таким образом, качество выпускаемой продукции является ключевым, основным фактором конкурентоспособности фирмы.

Использованные источники:

1. Афанасьев, В.А. Техническое регулирование и управление качеством / В.А. Афанасьев, В.А. Лебедев, В.П. Монахова. - М.: Книжный дом Либроком, 2013. - 256 с.
2. Логанина, В.И. Метрология, стандартизация, сертификация и контроль качества в строительстве (для бакалавров) / В.И. Логанина, О.В. Карпова. - М.: КноРус, 2018. - 416 с.
3. Безопасность и качество в строительстве. Основные термины и определения / В.И. Теличенко и др. - М.: Издательство Ассоциации строительных вузов, 2018. - 336 с.
4. Габибова М.Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия / М.Ш. Габибова // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2015 г.). – М.: Буки-Веди, 2015. – С. 85-87