

*Коротаева Екатерина Дмитриевна
студентка I курса магистратуры
факультет технологии и дизайна
Новосибирский технологический институт, филиал РГУ им. А. Н.
Косыгина
Россия, г. Новосибирск
e-mail: korekat3@gmail.com*

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР КАЧЕСТВА ИЗДЕЛИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Аннотация: В данной статье рассматриваются факторы для повышения качества и конкурентоспособности изделий легкой промышленности.

Ключевые слова: изделия, легкая промышленность, конкурентоспособность качество товара, факторы конкурентоспособности, формы конкуренции.

*Korotaeva Ekaterina Dmitrievna
1st year undergraduate
Faculty of Technology and Design
Novosibirsk Technological Institute, branch of the Russian State University
A. N. Kosygina
Russia, Novosibirsk*

COMPETITIVENESS AS A KEY FACTOR IN THE QUALITY OF LIGHT INDUSTRY PRODUCTS

Abstract: This article discusses the factors for improving the quality and competitiveness of light industry products.

Keywords: products, light industry, competitiveness product quality, competitiveness factors, forms of competition.

Конкурентоспособность предприятия подразумевает способность предприятия сохранения своей доли рынка. Существует несколько видов конкуренции возникающих между субъектами рынка или товарами и услугами. Конкурентоспособность позволяет не только сохранять предприятию свои позиции на рынке, но и занимать новые ниши, обеспечивая тем самым предприятие большей прибылью. Основным фактором конкурентоспособности

является то насколько товар или услуга удовлетворяет потребностям покупателя. На сегодняшний день потребитель предъявляет высокие требования к свойствам товара. Соответственно предприятия уделяют много внимания к качеству производимой продукции. Помимо качества продукции существуют другие показатели конкурентоспособности продукции, они вытекают из определения конкурентоспособности.

Конкурентоспособность продукции – это:

1. Способность товара или услуги удовлетворять требования конкретного покупателя в условиях определенного рынка и периода времени по показателям качества и затратам потребителя на приобретение и эксплуатацию данной продукции;

2. Совокупность стоимостных и качественных характеристик продукции, способные удовлетворить определенную потребность потребителя;

3. Совокупность стоимостных и потребительских характеристик товара, которые определяют уровень спроса на него, они дают преимущество конкретному товару в условиях многообразия товаров-аналогов на рынке;

4. Уровень реального удовлетворения потребностей покупателя конкретным товаром в сравнении с товарами-аналогами [1, с. 56].

К факторам конкурентоспособности изделия легкой промышленности относятся следующие:

1. Время. Обеспечение конкурентоспособности продукции поэтому факторы происходит исходя из концепции «сегодняшний рубль дороже завтрашнего». Фактор качества товаров, который проявляется не только в улучшении показателей качества, но и в увеличении годовой производительности (полезного эффекта) товара и росте затрат на эксплуатацию и ремонт. Повышение качества товаров влечет за собой рост затрат на производство, эксплуатацию и ремонт оборудования.

2. Объем производства. Увеличение объемов производства позволяют снизить себестоимость товаров.

3. Новизна товаров. Необходимо отслеживать изменения предпочтений потребителя и совершенствовать свой товар в соответствии с ними. Потребности покупателя быстро меняются и нужно под них подстраиваться для сохранения конкурентоспособности.

4. Методы получения информации. При выполнении расчётов на производстве необходимо использовать унифицированные методы, иначе погрешность в расчетах возрастет и исследуемые образцы будут не сопоставимы.

5. Эксплуатация товара. Срок эксплуатации товара является одним из ключевых факторов для потребителя, следовательно, изделие с высокими эксплуатационными показателями будет более востребовано на рынке.

6. Ценообразование. Потребитель связывает высокую цену на товар с высоким качеством, поэтому необходимо разработать рациональную ценовую политику для предприятия. Соотношение цены и качества зачастую является важным фактором при выборе товара.

7. Состояние рынка. Для производства любой продукции необходимо постоянно отслеживать изменения рынка. От показателей рынка зависят объемы производства, показатели качества и т.д.

8. Сбыт. Система перевозки товара должна быть отлажена, товар необходимо упаковывать в специальную тару для сохранения внешнего вида и потребительских свойств товара [2, с. 201].

9. Сервис. Взаимодействие с покупателями должны быть стандартизированы, необходимо соблюдать этику и т.д.

Все вышеперечисленные факторы оказывают большое влияние на работу предприятия и на его конкурентоспособность. Предприятие, которое постоянно следит за изменениями показателей этих факторов, будет более подготовленным к изменению внешней среды.

Обеспечение высокой конкурентоспособности предприятия требует тщательной работы и положительно сказывается на благосостоянии организации.

Список литературы:

1. Абаева Н.П. Конкурентоспособность организации: Учебное пособие. Ульяновск: УлГТУ, 2018. 56 с.
2. Грачева Е.С. Экономика организации: Учебник для вузов. М.: ГНОМ и Д, 2018. 201 с.