

Константинов А.С.

магистрант

1 курс, «Факультет экономики и управления»

Россия, г. Екатеринбург

Научный руководитель: Селина Ольга Викторовна,

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры «Экономика транспорта»

Уральский государственный университет путей сообщения

Россия, г. Екатеринбург

РАЗВИТИЕ МЕТОДИКИ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ТРАНСПОРТНОЙ ПРОДУКЦИИ

Аннотация: В статье рассмотрены методы повышения эффективности качества продукции и стремление к достижению максимального результата в области соревновательного характера с участниками рынка, которым должны соответствовать транспортные организации на современном этапе развития. На основе анализа столь актуальной темы в наше время раскрываются такие понятия, как конкурентоспособность, ее факторы и принципы, понятие качества и ее характеристика. Производится приведение методики наилучшего контроля качества в условиях конкурентного рынка.

Ключевые слова: *Конкурентоспособность, факторы конкурентоспособности предприятия, способы оценки конкурентоспособности, качество, показатели качества транспортной продукции, взаимосвязь «качества» и «конкурентоспособности».*

Annotation: The article discusses methods of increasing the efficiency of product quality and the desire to achieve the maximum result in the field of a competitive nature with market participants, which transport organizations, must meet at the modern stage of development. Based on the analysis of such a relevant topic, in

our time such concepts as competitiveness, its factors and principles, the concept of quality and its characteristics are revealed. The methodology of the best quality control in a competitive market is being introduced.

Key words: *Competitiveness, enterprise competitiveness factors, competitiveness assessment methods, quality, quality indicators of transport products, interdependence of “quality” and “competitiveness”.*

В настоящее время залогом достойного существования организации при условиях рыночных отношений является внедрение и поддержание актуальности товаров или услуг. Для каждого предприятия целевая функция – это стабильный рост, но для его поддержания требуется немалые усилия в области стабилизации качества производимого продукта. Причина всему этому следует одна – для поддержания спроса на продукт, требуется модернизация товара или внедрение инновации из-за наличия большого количества конкурентов.

Предметом исследования являются рыночные отношения. Объектом исследования являются транспортное предприятие. Целью исследования является разработка методики управления качеством и конкурентоспособностью транспортных предприятий.

В данный промежуток времени для достижения успеха и продвижении в лидирующие позиции в области конкуренции необходимо не только обновлять продукт, но и изучать внутренний и внешний рынок, также выявлять свои преимущества и слабые стороны конкурентов, помимо всего прочего нужно быть «провокатором» конкуренции и выбирать ее основные направления.

Для дальнейшего анализа нам потребуется разъяснение понятия конкурентоспособности. Конкурентоспособность – свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений [1]. Исходя из определения можно выделить, что товар или услуга должна быть не ниже качеством, а быть «наравне» либо превосходить аналогичные товары или услуги. Конкурентоспособность предприятия

определяется в ее превосходстве над другими фирмами в данной отрасли, то есть это выражается в степени удовлетворению спроса покупателей и эффективности использования.

Факторы, которые влияют на конкурентоспособность предприятий делятся на две группы:

1) Внешние факторы – это факторы, на которые предприятие никак повлиять не может, и они воспринимаются, как дополнительное условие (деятельность государственного аппарата, изменение спроса покупателей на продукцию либо объединение отраслей промышленности).

2) Внутренние факторы – это факторы, которые возникают в связи с изменениями внутри предприятия (деятельность руководства предприятия, изменение в использовании технологии производства, смена сырья или материалов).

Перейдем к рассмотрению понятия качества продукции. Качество (в трактовке ОАО «РЖД») – обеспечение клиент ориентированности процессов за счет постоянного улучшения качества транспортно-логистических услуг и повышения уровня удовлетворенности в сфере грузовых и пассажирских перевозок.

Качество (в трактовке «общепринятого международного подхода») – это динамическое состояние, связанное с продуктами, услугами, людьми, процессами и окружающей средой, которое характеризует соответствие или превосходство ожиданий и помогает достичь максимальной эффективности [2].

Проводя сравнение с общепринятым международным подходом, можно отметить, что понятие «качества» (в трактовке ОАО «РЖД») является вытекающим дедуктивным умозаключением из международного стандарта, то есть таким словами я хочу выделить, что преследуются одни и те же элементы достижения цели: максимальное качество, максимальная стоимость, превосходное обслуживание. Однако не только данные составляющие включаются в термин «качества», оно является более широким и включает в себя

качества людей взаимодействующих в производстве и обслуживании реализуемой продукции, качество процессов и реализации продукции [3].

Но для достижения данных компонентов требуется характерные для них составные элементы:

- стратегическая ориентация (без заранее согласованного плана сосуществования продукта не будет иметься будущее);

- предпочтения потребителя (данный элемент будет приоритетным, потому что без анализа потребительских предпочтении не будет сопутствовать соответствующий спрос);

- инновационный подход к принятию решений и задач (гибкость мышления при нестандартных ситуациях);

- долгосрочные обязательства (прогнозирование и контроль над погашением приобретенных кредитов и займов тоже является неотложным компонентом);

- единство цели и командная работа (стремление к достижению главной цели напрямую зависит от четкой и слаженной работы коллектива);

- стремление к повышению производительности (должна быть мотивирующая составляющая для сотрудников с целью повышения работоспособности);

- контроль исполнения договорных обязательств с поставщиками (качественный продукт исходит из отличных расходных материалов, поэтому нужно соблюдать исполнение обязательств в указанный срок, для получения «престижа» компании среди поставщиков).

При соблюдении данных характеристик будет соблюдаться достижение максимального качества, максимального производства и качественного обслуживания.

В нашем обращении есть несколько видов транспортного оборудования:

1. Железнодорожный транспорт.
2. Воздушный транспорт.
3. Морской транспорт.

4. Автомобильный транспорт.

5. Речной транспорт.

У каждого есть свои положительные и отрицательные виды, но анализировать мы будем железнодорожный транспорт.

Несмотря на то, что компания ОАО «РЖД» на внутреннем рынке, является монополистом в области ж/д перевозок, это не гарантирует лидерство во всей транспортной отрасли, по той причине, что есть недостатки, которые требуют решения, касающиеся пассажирских и грузовых перевозок в общих аспектах:

– использование транспортного оборудования (вагонов) у которых срок полезного использования проходит «вторичный» оборот. То есть вагоны, которые используются в вагонном парке проходят внешнюю реконструкцию, но качество внутренних комплектующих возмещается лишь небольшим ремонтом. Этот недостаток в большей степени взаимодействует с пассажирскими перевозками, потому что уровень недовольства качеством возрастает среди граждан, путешествующих данным видом транспорта. На данный момент введены меры исправления данной ситуации, но они касаются лишь качества обслуживания (горячая линия звонков, классы обслуживания). Этот фактор дает очень большой спад спроса на данный продукт и наблюдается возможность конкурентам других видов транспорта довольствоваться привлечением потребителей на свою сторону;

– длительные простои на сортировочных станциях. Данный аспект влияет в большей степени на грузовые перевозки. Временной фактор очень сильно страдает из-за данного мероприятия, что приводит к большим задержкам, снижению качества поставляемого сырья (в зависимости от вида). В итоге это все приводит к потере непосредственных потребителей;

– процент протяжённости электрифицированных магистралей. Географический фактор очень актуален в сфере ж/д перевозок, по той причине, что большая часть добычи полезных ископаемых происходит в Западной Сибири и Азиатской части России, но ж/д инфраструктура в данных точках имеет малую протяженность. Это гарантировало бы получение «сверхприбыли» и получению

спросу грузополучателей и гораздо увеличило уровень национальной экономики.

Исходя из этих факторов, можно отметить, что качество продукта взаимосвязано напрямую с конкурентоспособностью транспортного предприятия на рынке. Потому что, при отсутствии качественного критерия конкурентоспособность предприятия держит спад наряду со своими конкурентами.

Для поддержания качественного и конкурентоспособного продукта требуется определенная методика, которую требуется взять за основную цель и следовать ей.

Обобщая проблемы можно выделить, что качество транспортной продукции и конкурентоспособности терпит свои проблемы по причине экономии основных средств (вагонов), логистические просчеты и слабая изученность транспортных магистралей.

Для достижения успешного прогрессирования и решения проблем потребуются большие затраты для увеличения транспортных магистралей и модернизации вагонного парка. Получение качества требуются большие жертвы, по той причине, что оборотные средства (вагоны) требуется улучшать в плане увеличения перевозимого груза и технологической модернизации, для уменьшения коэффициента потерь и внутренних дефектов оборудования, в программах долгосрочного развития эти убытки покроются за счет спроса потребителей в «лакомых» точках.

Логистика железнодорожных перевозок очень «ранимая» и требует идеально точных расчетов, по той причине, что область допустимых ошибок равна, равняться «0», что в противном случае дает сбой во временном промежутке. Уклон в логистику является гарантом качества и конкурентоспособности предприятия, по той причине, что время – это главная составляющая транспортного предприятия. То есть точно построенная схема путей сообщения дает качественный результат, поэтому для повышения

конкурентоспособности и качества продукции требуется акцентирование внимания на логистике.

Ну и конечно для поддержания качественного оборудования, требуется мотивирующий и стимулирующий подход к деятельности работников, по той причине первичный продукт и «престиж» компании зависит и от командного настроения и духа внутренней обстановке предприятия.

Список литературы:

1. Азрилиян А.Н. Экономический словарь / А.Н. Азрилиян. – М.: Институт новой экономики, 2008. – 1152 с.
2. David L.Goetsch Stanley Davis. Quality Management for Organizational Excellence: Introduction to Total Quality. Seventh Edition. Pearson New international Edition. 2014. 468 p.
3. Соколов Ю.И. О некоторых противоречиях в понимании качества продукции // Мир транспорта 2004. №2. С. 72–75.