

чества швейных изделий в стандарте на их номенклатуру в готовом товаре трактуется по-разному. Характеристики показателей качества одежды учеными, представителями торговли и рядовыми потребителями воспринимаются, естественно, по-разному.

Нами на основе рассмотрения всех источников сделана попытка систематизировать материал и предложить номенклатуру показателей для оценки качества одежды в условиях торговли с привлечением к этому конкретных потребителей:

Перечень групп показателей качества		
Назначения		Долговечности
Стойкости к внешним воздействиям		Технологичности
Эргономические	Экономические	
Эстетические		Конструктивные
Гигиенические		Унификации
Эксплуатационные		

О.Б. Пароля
БГЭУ (Минск)

ОРИЕНТАЦИЯ НА ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО ТОВАРОВ И УСЛУГ— ЗАЛОГ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКИ

В условиях перехода к рыночной экономике главной целью деятельности торговых предприятий является выживание на рынке, т. е. конкурентоспособность предприятия. На сегодняшний день проблема конкурентоспособности носит универсальный, всемирный характер.

В современных условиях непосредственного взаимодействия белорусских и зарубежных партнеров проблема рыночной конкурентоспособности хозяйствующих субъектов стала центральной и реальной. Главным условием обеспечения конкурентоспособности предприятия является выпуск

конкурентоспособной продукции (товаров и услуг). Под конкурентоспособностью понимается комплексная, многоаспектная характеристика товара (услуги), определяющая его предпочтение на рынке по сравнению с аналогичными изделиями-конкурентами как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение, что обеспечивает возможность реализации этого товара (услуги) в определенный момент на конкретном рынке.

Конкурентоспособность товаров (услуг) — это сложная экономическая категория, состоящая из ряда элементов, важнейшим из которых является качество. По оценкам западных экономистов, конкурентоспособность продукции на сегодняшний день на 70–80 % зависит от ее качества. На протяжении длительного времени обсуждение вопросов качества товаров и услуг порождает массу противоречий в обществе. С одной стороны, «качество» — это популярное понятие, часто используемое в обиходе; это то, чего все хотят и что гарантируют. С другой стороны, с каждым годом проявляется все большая озабоченность вопросами качества, объясняемая различными подходами к этому понятию, а нередко и полным непониманием того, что же такое настоящее качество, как его достичь и чего это будет стоить.

Качество — это философская категория. Она подвергалась анализу Аристотелем, Гегелем, Фейербахом, Энгельсом, Марксом и другими великими философами и историками древности и современности. Огромный вклад в развитие теории управления качеством внесли ведущие специалисты в мире в данной области: У.Э. Деминг, Дж.М. Джуран, А.В. Фейгенбаум. Все многообразие и многоаспектность трактовок понятия «качество» нашли свое отображение в определении, данном Международной организацией по стандартизации (ИСО), согласно которому «качество — это совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности». В современных условиях главный неписанный закон бизнеса в отношении качества гласит, что если товар (услуга) соответствует всем необходимым требованиям технической документации, но потребитель считает, что данный товар

(услуга) плохого качества, то он (она) действительно плохого качества. Именно поэтому фирмы западных стран стараются обеспечить уровень качества продукции в соответствии с интересами потребителя. Однако большинство руководителей предприятий Беларуси не хотят понимать, что в условиях рыночной экономики вопросы качества становятся первоочередными, ошибочно полагая, что улучшение качества влечет за собой лишь значительные дополнительные затраты. Поэтому для решения этой проблемы необходимо, прежде всего, перестраивать психологию людей в области качества в широком смысле: от качества товаров и услуг до качества культуры, жизни. И только тогда придет понимание того, что качество — это основа стабильности, процветания, безопасности и прогресса в государстве.

В настоящее время торговля Республики Беларусь — одна из составляющих устойчивого развития экономики страны — переживает кризис. Сложность ситуации проявляется в снижении объемов производства, взаимных неплатежах, незавершенности процесса приватизации, превалировании административно-командных методов управления и в ее качественных характеристиках. Сложившаяся хозяйственная ситуация в торговле в разряд первоочередных задач ставит поиск малокапитальных резервов и путей повышения конкурентоспособности торговых предприятий. Одним из таких путей является всестороннее изучение и внедрение концепций, методов, механизмов управления предприятием, основанных на всестороннем управлении качеством и обеспечивающих высокое качество продукции с точки зрения потребителей, при этом учитывая особенности управления качеством в сфере услуг и национальную специфику развития. В частности, исключительно важное социальное-экономическое значение в условиях перехода к рыночной экономике имеют адаптация и внедрение на отечественных предприятиях торговли Модели Превосходства Европейского фонда управления качеством, которое выражается в достижении значительного роста конкурентоспособности предприятия при небольших капитальных затратах, поскольку выработка и принятие управленческих решений базируются на осно-

ве результатов самооценки деятельности предприятия и новейших подходов к управлению качеством.

Чем раньше придет осознание исключительной важности проблемы качества товаров и услуг в повышении конкурентоспособности предприятия в целом, тем лучше и надежнее будет обеспечено будущее предприятий.

*В.Н. Платонов
БГЭУ (Минск)*

НЕОБХОДИМОСТЬ И НАПРАВЛЕНИЯ ПЕРЕПОДГОТОВКИ И ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ ТОРГОВЫХ КАДРОВ

В условиях рыночной экономики успех развития и эффективности работы торгового предприятия во многом определяется качеством кадрового обеспечения. Именно по этой причине к самым высокооплачиваемым категориям торговых работников относятся управляющие, маркетологи, бухгалтеры, финансисты, экономисты, от деятельности которых непосредственно зависит успех или разорение и банкротство фирмы. Это заставляет руководителей торговых фирм постоянно заниматься повышением как своей квалификации, так и всего персонала фирмы. Вследствие этого, работа по подготовке, переподготовке и повышению квалификации кадров выдвигается на первый план, так как более квалифицированный труд создает и большую прибыль, в то время как застой в повышении квалификации может свести на нет все инвестиции в торговое оборудование и современные технологические торговые процессы.

С переходом нашей экономики к рыночным отношениям роль и значимость отрасли торговли резко возрастают. Об этом можно судить хотя бы по структуре розничного товарооборота. Если в 1990 г. удельный вес государственной торговли составлял 65,8 %, то в 1999 — 26,9 %, в то время как негосударственной — соответственно 34,2 % и 73,1 %, а частной удельный вес возрос с 1,1 % до 29,1 %. Примерно в таком же соотношении изменилась и численность предприя-