



В практической деятельности нередко ставят знак равенства между качеством и конкурентоспособностью, хотя это далеко не так. В соответствии с определением Международной организации по стандартизации, качество – это совокупность свойств и характеристик продукта, которые придают ему способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности. В свою очередь, совокупность свойств, присущих отдельному продукту, выделяет его из множества аналогичных предметов, и поэтому с экономической точки зрения качество товара – характеристика его способностей удовлетворять ту или иную потребность. Сам предмет потребления представляет собой не что иное, как совокупность полезных свойств продукта труда.

Под конкурентоспособностью же понимается комплекс потребительских и стоимостных (ценовых) характеристик товара, определяющих его успех на рынке, т. е. преимущество именно этого товара над другими в условиях широкого предложения конкурирующих товаров – аналогов.

При неизменности качественных характеристик товара его конкурентоспособность может меняться в довольно широких пределах, реагируя на изменение конъюнктуры, действия конкурентов – производителей и конкурирующих товаров, колебания цен, на воздействия рекламы и на проявление других внешних по отношению к данному товару факторов.

Происходящий в РБ переход к рыночной экономике заставляет по-новому взглянуть на проблему качества. Развитый конкурентный рынок диктует необходимый уровень развития качества продукции, определяет конкурентоспособность ее изготовителей. Уже сейчас рынок паркета насыщен. В республику завозится паркет из Финляндии, Швеции, Югославии. Расширяется ассортимент отечественных паркетов хорошего качества, но уступающих в конкуренции импортным из-за плохих технических характеристик и негибкой ценовой политики.

Новинкой от белорусских производителей стройматериалов стал торцовый паркет, который по всем показателям сможет стать конкурентом импортным товарам. Новая технология основывается на свойстве древесины иметь наибольшую твердость в торцовом срезе, что подтвердили многочисленные исследования. По износостойкости такой паркет значительно превосходит обычный строганный и даже дубовый, так как волокна древесины у него расположены не горизонтально, а вертикально к стираемой поверхности. Изготавливается он из

различных пород древесины (дуб, ясень, граб, береза, сосна и др.). В процессе производства могут использоваться тонкомерные деревья, которые не находят спроса на рынке стройматериалов, а если и покупаются, то по очень низкой цене. В настоящее время тенденция производства направлена на ресурсосберегающие и экономичные технологии. Использование тонкомерного сырья поможет не только сберечь ресурсы и увеличить спрос на него, но и снизить себестоимость торцового паркета.

Процесс производства начинается с того, что деревянные заготовки первоначально торцуют, образуя брусы (т. е. обрезают с четырех сторон вдоль ствола, образуя форму параллелепипеда), а затем высушивают. Первоначальной торцовкой добиваются более качественной сушки древесины, а сушка, в свою очередь, предотвращает коробление и другие дефекты в дальнейшем использовании древесины. Затем производится вторичная торцовка, позволяющая достигнуть максимально точных размеров, что необходимо для точной подгонки каждой заготовки друг к другу для дальнейшего склеивания в блоки.

Полученные блоки распиливаются в торец (поперечный срез) на ленточнопильных станках, образуя паркетные плиты. За счет такой технологии плиты могут быть различных размеров и состоять из различных пород, что позволяет создавать художественный орнамент сразу в процессе изготовления самого паркета, а не в процессе его укладки, экономя затраты на строительные работы.

Конечная стадия производственного процесса – шлифование и покрытие лаком паркетных плит. Поскольку впитываемость торцового среза намного выше, для покрытия поверхности потребуется не менее 4-5 слоев лака. Несмотря на то что эта способность улучшает структуру древесины, высокая стоимость лакокрасочных материалов повышает стоимость торцового паркета. Чтобы этого избежать, можно использовать для первоначального покрытия (2-3 слоя) грунтовку, которая по своим свойствам не уступает лакам, но намного дешевле, а уже окончательное покрытие производить лаком (около 2 слоев).

Данная технология позволяет торцовому паркету конкурировать с другими видами паркета. Конкурентоспособность более полно раскрывается через систему показателей, среди которых выделяются качественные, сопоставительные и экономические. Качественные показатели конкурентоспособности характеризуют свойства товара, благодаря которым он удовлетворяет конкретную потребность. Они подразделяются на классификационные и оценочные.

Классификационные показатели характеризуют принадлежность изделия к определенной классификационной группировке и определяют назначение, область применения и условия использования данного товара. Торцовый относится к группе паркетов, применяемых для отделки полов, стен и даже для изготовления мебели, т. е. классификационные показатели конкурентоспособности шире, чем у других видов паркета.

Оценочные показатели количественно характеризуют те свойства, которые образуют качество товара. В свою очередь, различают регламентируемые и сопоставительные оценочные показатели. Регламентируемые показатели используются для проверки выполнения обязательных требований, которым должна удовлетворять продукция. Они характеризуют патентную чистоту товара, требования сертификации, экологические требования, меры безопасности и защиты здоровья человека. Торцовый паркет прошел сертификацию, соответствует международным, национальным и региональным стандартам качества. Он изготовлен из экологически чистого материала, поэтому не представляет никакой угрозы для здоровья человека. Более того, благотворно влияет на экологическую ситуацию жилища.

Сопоставительные показатели используются для сравнения конкурирующих на рынке товаров по степени удовлетворения потребителя теми или иными свойствами. Различают функциональные, эргономические, эстетические показатели. Торцовый паркет в совершенстве выполняет основную функцию, универсален и надежен в применении. Однако по функциям ограничен, т. к. не может быть применен в помещениях с резкими перепадами температур и высокой влажностью. Торцовый паркет долговечен, сохраняем, высокоремонтен, имеет отличные эргономические показатели. При правильной укладке торцовый паркет сможет прослужить не менее 150 лет, не требуя дополнительного ухода. Необычность и красота торцового среза, а также наличие набора рисунков из разных пород дают неограниченные возможности по изготовлению художественного паркета, значительно повышая его эстетические свойства.

Экономические показатели конкурентоспособности характеризуют суммарные затраты потребителя на приобретение и эксплуатацию продукции. Они состоят из расходов на покупку (оплаченная стоимость изделия, расходы на транспортировку, монтаж) и расходов, связанных с затратами на эксплуатацию изделия за период срока его службы (расходы на обслуживание ремонт, топливо, энергию, запча-

сти, утилизацию). В целом же общая сумма этих расходов выступает для потребителя в качестве цены потребления. Ее уровень представляется составным элементом конкурентоспособности товара и зависит прежде всего от потребительских свойств конкретного изделия, а также от условий приобретения и потребления.

Продажная цена торцового паркета в 2-3 раза меньше, чем цена строганного паркета, из-за дешевизны сырья, а стоимость укладки снижена за счет склеенных плит. Для ухода за торцовым паркетом не требуется много времени и затрат (нет необходимости в особом натирании), достаточно только подметать или пылесосить и изредка проводить влажную уборку, что позволяет снизить цену потребления при высоком качестве.

Из вышеизложенного можно сделать главный вывод: торцовый паркет обладает более высокими качественными характеристиками и способен составить серьезную конкуренцию другим видам паркета. Однако каким бы качественным не был товар, не зная о нем, покупатель не сможет его купить. Потребителям необходимо предоставить информацию, чтобы убедить их в преимуществах товара фирмы, рассеять недоверие, сформировать и активизировать спрос и создать психологическую готовность к приобретению товара. Все эти функции должна выполнять активная реклама. Проведя хорошую рекламную кампанию торцового паркета, можно обеспечить стабильное и надежное положение его на рынке.

УДК.330.341.4

Е. А. Семак, ст. преп.

### **АНАЛИЗ СТРОИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ С ПОМОЩЬЮ МОДЕЛИ TNT**

This article is about a model TNT (trading and not trading of goods), about the mind economics structure reorganization, about the problems and development of the branch of building materials.

Необходимо учитывать простую и важную экономическую реальность, которая оказывает существенное влияние на функционирование и развитие любой национальной экономики. Существует ряд неэкспортируемых товаров и услуг, например, услуги парикмахеров, врачей, юристов, аренда жилых домов и т.п. Они могут потребляться только там, где были произведены, и характер их имеет ряд важных следствий. Внутренний спрос на эти товары обязательно должен урав-