**Глава 1. Качество и конкурентоспособность продукции**

**§1. Понятие ''качество продукции''. Система показателей качества**

В экономике и управлении термин ''качество'' прежде всего связан с созданием и использованием продукции и услуг, поэтому объектом исследования и управления здесь является в первую очередь качество продукции и услуг. Авторы книги ''Что такое качество ?'' в 60-х годах XX века провели своеобразное исследование. Они проанализировали 232 литературных источника, где так или иначе определяется термин ''качество''.[[1]](#footnote-1)Совершенно естественно, что за время создания и развития науки о качестве у разных ученых и исследователей сложилось свое мнение о том, что такое качество. Но ни одно из нижеприведенных определений не противоречит другому. Наоборот, они дополняют друг друга, помогая взглянуть на качество с разных сторон.

Дж. Джуран [[2]](#footnote-2), ведущий американский специалист по системам качества, считает, что качество –это пригодность к использованию .

Российские ученые и специалисты, занимающиеся проблемой качества в различных ее аспектах, также многократно обращались и продолжают обращаться к трактовке понятия ''качество'' применительно к различным объектам исследования. Так, например, В.Ю.Огвоздин дает следующее определение качества: ''Качество-это совокупность объективно существующих свойств и характеристик продукции или услуги, уровень которых определяется сортностью или другими оценками качества, характеризующими потребительную стоимость продукции''.[[3]](#footnote-3)3

В соответствии со стандартом ISO 9000:1994: качество-это совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности[[4]](#footnote-4)4.

Несмотря на то что в настоящее время действует редакция международного стандарта ISO 9000:2000, в котором приводится следующее определение качества: ''качество - степень соответствия присущих характеристик требованиям''[[5]](#footnote-5)5. К характеристикам относят физические (механические, электрические и др. ), временные (безотказность, доступность), функциональные (максимальная скорость полета) и др. Но определение, приведенное в стандарте ISO 9000:1994 больше соответствует сути современных представлений о предмете. Согласно ГОСТ 15467-79 ''Управление качеством продукции. Основные понятия, термины и определения'' –''качество продукции - это совокупность свойств, обуславливающих определенные потребности в соответствии с назначением''[[6]](#footnote-6)6. Продукция здесь рассматривается как материализованный результат процесса трудовой деятельности, обладающий полезными свойствами и предназначенный для удовлетворения потребностей общественного или личного характера.

Говоря о качестве продукции, мы имеем в виду прежде всего показатели качества продукции, т.е количественную характеристику одного или нескольких свойств продукции, составляющих ее качество .Многие показатели качества продукции являются функциями ее параметров .Так, показатель долговечности сверла зависит от ширины направляющей ленточки (геометрического параметра) и от механических характеристик материала сверла (структурных параметров).

Номенклатура показателей качества зависит от назначения продукции и определяется количественными характеристиками ее свойств ,которые обеспечивают возможность оценки уровня ее качества .Показатели качества имеют наименование и численное значение. Система показателей качества.

Таблица 1. Классификация показателей качества продукции[[7]](#footnote-7)7

|  |  |
| --- | --- |
| Признак классификации показателей | Группы показателей качества продукции |
| По количеству характеризуемых свойств | ЕдиничныеКомплексныеИнтегральные |
| По характеризуемым свойствам | НазначенияНадежностиЭкономичностиЭргономическиеЭстетическиеТехнологическиеСтандартизации и унификацииПатентно-правовыеЭкологическиеБезопасностиТранспортабельности |
| По способу выражения | В натуральных единицах (кг,мм,баллы и др.)В стоимостном выражении |
| По этапам определения значений показателей | ПрогнозныеПроектныеПроизводственныеЭксплуатационные |

Наиболее широкое применение при оценке качества продукции производственно-технического назначения находят показатели, сгруппированные по характеризующим свойствам[[8]](#footnote-8)8.

Показатели назначенияхарактеризуют свойства продукции, определяющие основные функции, для выполнения которых она предназначена, и обуславливают область ее применения. Они подразделяются на :

1)показатели эффективности (производительность станка, прочность ткани );

2)конструктивные показатели (габаритные размеры, коэффициенты сборности и взаимозаменяемости );

3) показатели состава и структуры (процентное содержание серы в коксе, концентрация примеси в кислотах).

*Показатели надежности* характеризуют свойства безотказности, ремонтопригодности, сохраняемости и долговечности. В зависимости от особенностей оцениваемой продукции для характеристики надежности могут использоваться как все четыре, так и некоторые из указанных показателей.

Безотказность показывает свойство изделия непрерывно сохранять работоспособность в течение некоторого времени или некоторой наработки, выражающееся в вероятности безотказной работы, средней наработке до отказа, интенсивности отказов .

Ремонтопригодность - это свойство изделия, заключающееся в пригодности его к предупреждению и обнаружению причин возникновения отказов, повреждений и устранению их последствий путем проведения ремонтов и технического обслуживания.

Сохраняемость –свойство продукции сохранять исправное и работоспособное, пригодное к потреблению состояние в течение и после хранения и транспортирования .

Долговечность-свойство изделия сохранять работоспособность до наступления предельного состояния при установленной системе технического обслуживания и ремонтов.

*Эргономические показатели*, характеризующие систему ''человек – изделие - среда использования '' и учитывающие комплекс гигиенических, антропометрических, физиологических и психофизических свойств человека, делятся на следующие группы:

гигиенические (освещенность, температура, излучение, вибрация, шум

антропометрические (соответствие конструкции изделия размерам и форме тела человека, соответствие распределению веса человека);

физиологические (соответствие конструкции изделия силовым, скоростным возможностям человека);

психологические (соответствие изделия возможностям восприятия и переработке информации ).

*Показатели экономичности* определяют совершенство изделия по уровню материальных, топливно-энергетических и трудовых ресурсов на его производство и эксплуатацию (потребление ).Это в первую очередь себестоимость, цена покупки и цена потребления, рентабельность и т.д.

*Эстетические показатели* характеризуют информационно-художественную выразительность изделия (оригинальность, стилевое соответствие моде ), рациональность формы (соответствие формы назначению, конструктивному решению, особенностям технологии изготовления и применяемым материалам), целостность композиции (пластичность , упорядоченность графических изобразительных элементов )[[9]](#footnote-9)9.

*Показатели технологичности* характеризуют эффективность конструкторско-технологических решений для обеспечения высокой производительности труда при изготовлении и ремонте продукции. Именно с помощью технологичности обеспечивается массовость выпуска продукции, рациональное распределение затрат материалов, средств, труда и времени при технологической подготовке производства, изготовлении и эксплуатации продукции[[10]](#footnote-10)10.

*Показатели стандартизации и унификации -* это насыщенность продукции стандартными, унифицированными и оригинальными составными частями, а также уровень унификации по сравнению с другими изделиями. Все детали изделия делятся на стандартные, унифицированные и оригинальные. Чем меньше оригинальных изделий, тем лучше как для продукции, так и для потребителя.

*Патентно-правовые показатели* характеризуют патентную защиту и патентную чистоту продукции и являются существенным фактором при определении конкурентоспособности. При определении патентно-правовых показателей следует учитывать наличие в изделии новых технологических решений, а также решений, защищенных патентами в стране, наличие регистрации промышленного образца и товарного знака как в стране –производителе, так и в странах предполагаемого экспорта.

*Экологические показатели* определяют уровень вредных воздействий на окружающую среду в процессе эксплуатацииили потребления изделия. К ним относятся: содержание вредных примесей, выбрасываемых в окружающую среду; вероятность выброса вредных частиц, газов и излучений, уровень которых не должен превышать предельно допустимой концентрации.

*Показатели безопасности* характеризуют особенности продукции для безопасности покупателя и обслуживающего персонала, т.е. обеспечивают безопасность при монтаже, обслуживании, ремонте, хранении, транспонировании, потреблении продукции.[[11]](#footnote-11)11

Показатель, по которому принимается решение оценивать качество продукции, называется определяющим. Свойства, учитываемые определяющим показателем, могут характеризоваться единичными и (или ) комплексными (обобщающими ) показателями качества.

Обобщающие показатели являются средней величиной, учитывающей количественные оценки основных свойств продукции и их коэффициентов весомости.

Оптимальным значением показателя качества продукции является такое, при котором достигается наибольший полезный эффект от эксплуатации (потребления ) продукции при заданных затратах на ее создание и эксплуатацию (потребление ).

Рассмотренные выше показатели качества могут быть использованы в основном для оценки продукции производственного назначения. Им аналогичны показатели качества предметов потребления, однако они должны учитывать специфику назначения и использования этих предметов .(Например, для оценки качества домашних электрических холодильников используются следующие показатели : функциональные (объем холодильной и морозильной камер, номинальная температура последней ); эстетические и эргономические (внешний вид – дизайн, формы, удобство пользования камерами, дизайн ); экономические (удельное потребление энергии на единицу массы продукта, средние межремонтные сроки, средние потери от производимых ремонтов )).

При оценке отечественных товаров для населения используются такие показатели, как сорт (пищевые продукты, продукция легкой промышленности), группа сложности (бытовая радиоаппаратура), марка (цемент, кирпичи ), категория качества (видеокассеты ).

В мировой практике с целью оценки степени превосходства продукции используется градация (класс, сорт ) - категория или разряд, присвоенные продукции, имеющей то же самое функциональное применение, но различные требования к качеству. При численном обозначении высшему классу обычно присваивается число 1 ( с понижением соответственно 2, 3 и т.п. ), а при обозначении количеством каких-либо знаков, например звездочек, обычно меньший класс имеет меньшее количество таких знаков . Указанные показатели в совокупности создают базу для сравнения с другой аналогичной продукцией, позволяют оценить технический уровень и качество.

Согласно Федеральному Закону РФ ''О защите прав потребителей '' [[12]](#footnote-12)12 от 5 декабря 1995 г. по товарам длительного пользования изготовитель обязан установить срок службы, а по продуктам питания, парфюмерным товарам, медикаментам, товарам бытовой химии –срок годности . Эти два показателя устанавливают сроки ,по истечении которых товар представляет опасность для жизни , здоровья и имущества или становится непригодным для использования по назначению.

Особенности оценки качества продукции производственно- технического назначения и предметов потребления отражаются в отраслевой нормативно-технической документации, которая регламентирует выбор номенклатуры показателей качества , методики их расчета и область применения. Введение.

Товар - главный объект на рынке. Он имеет *стоимость и потребительную стоимость (или ценность)*, обладает определенным качеством, техническим уровнем и надежностью, полезностью, показателями эффективности в производстве и потреблении, другими весьма важными характеристиками. Именно в товаре находят отражение все особенности и противоречия развития рыночных отношений в экономике. Товар - точный индикатор экономической силы и активности производителя. Действенность факторов, определяющих позиции производителя, проверяются в процессе конкурентного соперничества товаров в условиях развитого рыночного механизма, позволяющего выявить отличия данного товара от товара-конкурента как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение. Для этого товар должен обладать определенным качеством и конкурентоспособностью.

Проблемой качества занимались и занимаются многие ведущие ученые и экономисты. В истории развития понятия качества увековечены имена Форда, создавшего отдельную службу технического контроля, независимую от производства; У. Тейлора предложившего концепцию научного менеджмента, иерархической структуры управления организацией ; Кросби, предложившего в 1964г. программу "0 дефектах"; Деминга одного из наиболее известных в мире консультантов в области менеджмента качества, автора более 200 книг в этой области; Фейгенбаума, разработавшего принципы тотального управления качеством и параллельного (одновременного) инжиниринга; Исикавы придумавшего "круг качества", предложившего диаграмму "причина - следствие"(диаграмма Исикавы), разработавшего концепцию управления качеством, в котором участвует весь коллектив предприятия; Месинга предложившего "справочник по качеству" как основной документ системы обеспечения качества предприятия и др.

Также значительный вклад в становление и развитие теории и практики управления качеством внесли и отечественные ученые. К их числу относятся: Г.Г.Азгальдов, опубликовавший множество работ, посвященных проблеме качества (''О квалиметрии'', ''Теория и практика оценки качества продукции'' и др.); В.В.Бойцов являвшийся одним из участников создания системы стандартов ИСО серии 9000, получившей наибольшее распространение в мире, инициатор создания Всесоюзного научно-исследовательского института классификации, терминологии и информации по качеству (ВНИИКИ), Всесоюзного научно-исследовательского института стандартизации (ВНИИС); А.В.Гличев - один создателей теории управления качеством; А.Я.Боярский, сформулировавший основы экономико-статистического направления в исследовании качества продукции; Я.Б.Шор, В.Н.Сиськов и другие ученые.

Проблема качества, непростая во все времена, особенно остро стоит сейчас, на этапе перехода к рыночной экономике. Наши предприятия сталкиваются с большими трудностями, сокращением производства, многие заводы останавливаются, коллективы не получают зарплату. Проблемы осложняются ещё и нестабильностью в финансовой системе. Назревает вопрос: о каком же качестве может идти речь в такой ситуации? Лишь бы выжить, не допустить окончательного развала индустрии страны. В том-то и дело, что именно качество – это тот ключ, которым, как показывает опыт многих стран, открывают двери выхода из кризиса. Качество – многосложное понятие, и его обеспечение требует объединение научных сил, от творческого потенциала до практического опыта многих специалистов. И при нынешней ситуации в России проблема качества не только важна, но и должна быть решена совместными усилиями государства, федеральных органов управления, руководителей коллективов предприятий, ученых, конструкторов, каждого инженера, рабочего.

Целью моей работы является изучение понятий ''качество'' и ''конкурентоспособность'' продукции, составление единого, общего представления об этих понятиях , их роли в экономике и жизни каждого человека.

При написании данной курсовой работы я поставила перед собой ряд задач: определить понятия ''качества'' и ''конкурентоспособности'' продукции предприятия и их соотношение, выявить систему показателей качества, изучить как осуществляется управление качеством в нашей стране и за рубежом, в таких передовых странах, как Япония и США, рассмотреть методы анализа и управления качеством продукции. Во второй главе своей работы я обозначила проблему поддержания качества и конкурентоспособности продукции на российских предприятиях и попыталась ее решить.

**§2. Управление качеством**

Управление качеством продукции -это взаимосвязанный комплекс мер по установлению, обеспечению и поддержанию необходимого уровня качества продукции при ее разработке, производстве и эксплуатации или потреблении, осуществляемым путем систематического контроля качества и целенаправленного воздействия на условия и факторы, влияющие на качество продукции[[13]](#footnote-13)13.

Государственная система управления качеством продукции в Российской Федерации включает в себя:

1)законы и нормативные акты, регламентирующие права и обязанности производителей и потребителей продукции в объеме разработки, создания ,реализации и эксплуатации (потребления )продукции;

2)государственную систему стандартизации;

3)государственную систему надзора за соблюдением стандартов и состоянием измерительной техники;

4)государственную статотчетность предприятий по качеству продукции;

5)заводские (внутрифирменные) системы управления качеством продукции.

К сожалению, в отношении многих видов продукции уровень совершенства в настоящее время определяется не Россией .Тогда как, известно, что в XIX веке, в начале XX столетия в Западной Европе небезосновательно широко использовался термин ''русский товар '', означавший высшее качество товара, товар, доступный лишь немногим избранным [[14]](#footnote-14)14

Необходимо отметить, что распространенным заблуждением, является мнение о том, что в нашей стране исследования и разработки в области управления качеством велись со значительным отставанием от Японии, развитых стран Европы и США.

Исследования и разработки в области качества широко и успешно велись в нашей стране[[15]](#footnote-15)15. Они по отдельным направлениям не только не отставали, но значительно, зачастую на десятилетия, опережали мировой уровень. Но на практике эффективные системы управления качеством создавались и использовались исключительно в ВПК(военно-промышленным комплексе).

ВПК включал в свое время большинство основных отраслей промышленности. В отраслях, на предприятиях ВПК производилась и продукция гражданского назначения, но на совершенно иной, как правило, отсталой базе. Нередко товары для потребительского рынка получали путем переработки отходов военного производства. Так, знаменитые тульские самовары изготавливали из отходов производства латунных артиллерийских гильз .

Управление качеством достигается с помощью специальных систем ,которые позволяют комплексно организовать работу всех подразделений, ориентированных на эффективную работу предприятия в динамически изменяющейся рыночной среде.

Система качества представляет собой средства, позволяющие реализовать тот или иной вид политики качества. В состав системы качества входит совокупность организационной структуры, ответственности, процедур, процессов, ресурсов, обеспечивающих достижение поставленной цели в области качества.

Отечественный опыт управления качеством продукции включает ряд систем, дифференцированных по объекту управления, области применения и другим признакам(таблица 2).

Таблица 2. Эволюция систем качества в СССР[[16]](#footnote-16)16

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название системы | Город и год создания системы | Основная суть системы | Критерий управления | Объект управления | Область применения |
| 1.БИП(бездефектное изготовление продукции | Г.Саратов,1955г. | Строгое выполнение технологических операций | Единичный: соблюдение нормативно-технической документации(НТД).Обобщающий: процент сдачи продукции с первого предъявления | Качество труда коллектива через качество труда отдельных исполнителе | Стадия воспроизводства |
| 2.СБТ(система бездефектного труда) | Г.Львов,1961. | Строгое выполнение технологических операций | Единичный:соблюдение НТД.Обобщенный:коэффициент качества труда | Качество труда исполнителя и коллектива | Любая стадия ЖПЦ |
| 3.КАНАРСПИ(качество,надежность,ресурс с первых изделий) | Г.Горький,1958г. | Высокий уровень конструкторской и технологической подготовки производства | Отработка конструкции с первых изделий и соответствие НТД | Качество труда коллектива и выпускаемой продукции. | Конструкторская и технологическая подготовка производства, производство. |
| 4.НОРМ(научная организация работ по повышению моторесурса двигателей) | Г.Ярославль,1964г. | Повышение технического уровня качества продукции. | Соответствие плану достигнутого уровня моторесурса | Качество продукции и труда коллектива | Весь ЖПЦ(с приоритетом сферы производства) |
| 5.КСУКП(комплексная система управления качеством продукции) | Г.Львов,1975г. | Управление качеством на базе стандартов, системного подхода | Соответствие качества продукции высшим достижениям | Качество продукции и труда коллектива | Весь ЖЦП( с приоритетом сферы производства) |
| 6.КСПЭП(комплексная система повышения эффективности производства) | Г.Краснодар,1980г. | Управление качеством продукции и эффективностью производства | Показатели эффективности производства и обобщающие показатели качеств продукции | Качество продукции и показатели эффективности производства | Весь ЖЦП( с приоритетом сферы производства) |
| 7.КСУКП и ЭИР(комплексная система управления качеством продукции и эффективностью использования ресурсов) | Днепропетровск,1983г. | Управление качеством продукции и эффективностью использования ресурсов | Качество продукции и эффективность использования важнейших ресурсов | Качество продукции и показатели использования важнейших ресурсов | Весь ЖЦП( с приоритетом сферы производства) |

На государственном уровне в конце 70-х гг. началось формирование Единой государственной системы управления качеством (ЕГСУКП). Эта система предусматривала согласованную работу всех звеньев ЕГСУКП в направлении создания и освоения новых видов продукции улучшенных свойств, повышения конкурентоспособности товаров на внешнем рынке, своевременную замену или модернизацию устаревшей продукции.

В качестве основных звеньев ЕГСУКП рассматривались системы управления качеством продукции отдельных промышленных предприятий .

Интегральными подразделениями ЕГСУКП считались отраслевые или республиканские системы.

В силу своего административного характера указанные системы были мало эффективны. Следствием этого явилось то, что большинство выпускаемой в стране продукции не удовлетворяет требованиям внешнего рынка и уступает не только лучшим зарубежным аналогам, но и посредственным их видам по производительности и надежности, энергопотреблению, дизайну, по соответствую нормам безопасности и охраны окружающей среды.

Создавшееся положение требует радикальных мер в области повышения качества продукции, прорыва на мировой уровень. Сложность решения данной проблемы связана с отсутствием инвестиционных ресурсов у предприятий и российского государства в целом, нестабильностью национальной экономики , неразвитостью законодательной базы производственно–хозяйственной деятельности. Современная разработка проблемы качества привела к идее комплексности, системности ее разрешения. Именно по этой причине попытки решить проблему качества отдельными мероприятиями технического, организационного или экономического характера терпели неудачу, как в зарубежной, так и в отечественной практике. Осмысление современной ситуации привело к разработке систем управления качеством, а также к развитию методов комплексной стандартизации. В этой связи на ряде крупных предприятий возникла острая необходимость в координации работ по специальным функциям и задачам различных подразделений. В этой связи стали создаваться подразделения, которые выполняют общие задачи по улучшению качества и координацию их реализации — отделы управления качеством.

В настоящее время в промышленности разработана и внедрена программа ''Тотальное обеспечение качества''(ТОК).Она основана на пяти принципах:

отказ от идеи ''приемлемый уровень качества'';

создание условий ,когда каждый отвечает за качество своей работы;

переход от констатации брака к его предупреждению ;

использование простых средств контроля ;

разработка и внедрение контроля.

Качество должно быть ''видимым'', ''измеряемым'' и контролироваться на каждом этапе производства – от конструирования до отгрузки и установки готового изделия на месте –вот основа философии ТОК. Качество изделия обеспечивается качеством концепции изделия, качеством работы и качеством обслуживания его в эксплуатации

Таким образом, отечественный подход основывается на сочетании участия всех членов трудового коллектива, всех подразделений аппарата управления по реализации специальных задач улучшения качества, таких, например, как планирование повышения технического уровня и качества, контроль качества, материальное и моральное стимулирование улучшения качества.

Значение качества для России продукции заключается в том, что только качественная продукция открывает экспортную дорогу на платежеспособные западные рынки. А наличие своей системы качества у производителя позволяет более успешно и выгодно заключать контракты с зарубежными партнерами.

Проблема качества и конкурентоспособности продукции является комплексной и требует системного подхода к ее решению. В экономически развитых странах система качества строится в соответствии с международным стандартом ISO 9000. ISO (International Organization for Standartization; Международная организация по сертификации, русская аббревиатура-ИСО)-неправительственная организация, которая объединяет 110 национальных органов по стандартизации. В состав ИСО входит 91 страна мира, на долю которых приходится 95% мирового промышленного производства. В ее рамках функционируют порядка 180 профильных технических комитетов, около 650 подкомитетов и 2840 специализированных групп, в работе которых участвуют приблизительно 30 тыс. экспертов. Центральный секретариат поддерживает контакты примерно с 500 международными организациями. Столь широкие связи позволяют безболезненно достигать консенсуса при разработке и утверждении новых стандартов.[[17]](#footnote-17)17 В настоящее время 150 стран признали МС ISO 9000 в качестве национальных стандартов или гармонизировали в соответствии с ними национальные стандарты в этой области. В мире насчитывается более 343 тыс. компаний ,зарегистрировавших свои системы качества на основании МС ISO 9000, и число этих компаний растет.[[18]](#footnote-18)

Стандарты семейства ИСО 9000 касаются систем качества на предприятиях, производящих товары или оказывающих услуги. Интересно отметить, что толчком к созданию систем качества на Западе, прежде всего в США, послужили успехи СССР в освоении космоса в конце 50-х годов. Не имея доступа к советским секретам относительно обеспечения надежности спутниковых систем, NASA, Министерство обороны и оборонная промышленность США начали активно разрабатывать собственные подходы к комплексному управлению качеством.

Сегодня стандарты ИСО 9001-9004 широко используются для оценки и сертификации третьей стороной, в качестве которой выступают, как правило, полностью независимые организации (независимые от первой и второй сторон, а также от государства).В некоторых случаях сертификационные органы находятся под патронажем государства.

Стандарты ИСО носят рекомендательный характер, однако документы серии ИСО 9000 приняты в качестве национальных стандартов более чем в 90 странах, в том числе в США, России, Канаде, Японии, государствах Евросоюза, многих развивающихся странах.

Стандарты ISO серии 9000 включают:

ISO 9000''Стандарты по управлению качеством и обеспечению качества. Руководство для выбора и применения'';

ISO 9001 ''Система качества. Модель обеспечения качеством при проектировании, разработке, производстве ,монтаже(установке) и обслуживании'';

ISO 9002''Система качества. Модель обеспечения качества при производстве и монтаже (установке)''.Эта система качества не включает проектирование, т.е. она предназначена для выпуска традиционной продукции;

ISO 9003''Система качества. Модель обеспечения качества в процессе контроля и испытания готовой продукции'';

ISO 9004''Управление качеством и элементы системы качества. Основные направления''. Эта система качества предназначена для организаций, осуществляющих только контроль готовой продукции, не занимаясь ее воспроизводством, к примеру, для торговых организаций и представительств. Международные стандарты ISO (9001,9002,9003,9004) содержат соответсвенно модели систем обеспечения качества на различных этапах создания продукции.

Ранее разработанный международный стандарт ISO 8402 ''Словарь терминов ''является базой для трех указанных стандартов, что создает основу взаимопонимания и исключает субъективизм при их истолковании .

Значимость международных стандартов ИСО серии 9000 состоит:

1)в регулировании рыночных отношений между производителем и потребителем продукции (услуг) на основе предварительной оценки (сертификации) способности производителя гарантировать необходимое потребителю качество продукции.

2) в упрощении международного товарообмена, с тем чтобы потребители могли легко и понятным для них образом оценить уровень качества независимо от того, какую страну или регион представляет организация. Стандарты признаются как способ ликвидации барьеров в торговле;

3)в создании механизма массового давления на организации, чтобы сдвинуть средний уровень менеджмента и соответственно качество продукции и услуг в лучшую сторону.[[19]](#footnote-19)19

О значимости введения этих стандартов для конкретного предприятия можно судить по нижеприведенному примеру. Завод упаковочного оборудования «Термо-Пак», разработав и сертифицировав систему управления качеством в соответствии с международным стандартом **ISO 9001:2000**, получил возможность управлять производством именно так, как этого требует европейское сообщество. Выполнение требований стандарта позволило заводу управлять производством, исключив отдельные лишние звенья, повысив ответственность и статус на всех уровнях управления.

Внедрение стандартов серии ISO 9000 осуществляется в последовательности, отражающей наличие объективных условий к их применению .В настоящее время в качестве государственных утверждены из этой серии ГОСТ 40.9001-88''Система качества. Модель обеспечения качества при проектировании и (или ) разработке ,производстве ,монтаже и обслуживании '',

ГОСТ 40.9002-88''Система качества. Модель для обеспечения качества при производстве и монтаже'', ГОСТ 40.9003-88 ''Система качества. Модель для обеспечения качества при окончательном контроле и испытаниях''.

Использование отечественными предприятиями МС ISO серии 9000,с одной стороны, обеспечивает основу для формирования систем управления качеством на предприятии, а с другой - выступает как важнейший фактор, подтверждающий потенциальные возможности предприятия выпускать продукцию высокого качества.

**Управление качеством в США, Японии.**

В руководстве ведущих западных компаний все большее распространение получает взгляд на качество продукции как основного условия обеспечения успеха на рынке. По мнению ряда американских специалистов, за счет этого фактора обеспечивается примерно 80% успеха фирмы, функционирующей в сфере промышленного производства.

После Второй Мировой войны в глобальной экономике укрепилось лидерство США. Однако качество товаров было низкое. Как считали американские специалисты, 20-25% всех текущих затрат типичного американского предприятия шло на обнаружение и устранение дефектов продукции. С учетом расходов на замену дефектных изделий в сфере потребления суммарные потери из-за низкого качества достигли 30% величины издержек производства. Многие специалисты США считали низкое качество главным тормозом роста производительности труда и конкурентоспособности американской продукции. По мере научно-технического развития и подъема экономики стран Европы, возникновения ''японского экономического чуда '' американские предприятия в 70-х и 80-х гг. столкнулись с жесточайшей конкуренцией со стороны европейских и японских фирм, предлагавших рынку высококачественные товары по низким ценам. Повысить уровень качества или оказаться в проигрыше –другой альтернативы для американской промышленности не существовало. Чтобы не потерять свои позиции на мировом рынке американские компании приняли систему мер по повышению качества продукции. Среди таких мер были : статистические методы контроля ,переход от выходного контроля к преимущественно контролю технических процессов ,пересмотр организационных структур ,внедрение программ стимулирования качества труда, внедрение робототехники и автоматизированных методов контроля и испытаний и др. В сочетании с методами макрорегулирования экономики эти меры позволили американским корпорациям значительно усилить свои позиции на мировом рынке. В октябре 1985 г. институт Гэллапа провел опрос потребителей для Американского общества по контролю качества (АОКК).Этот опрос показал, что лишь 27% потребителей не надеются на повышение качества американских изделий. Это свидетельствует о положительном сдвиге на 250% по сравнению, с опросом , проведенным для АОКК в 1980 году .[[20]](#footnote-20)20

Также в отношении вопросов качества показателен опыт Японии. Один из основателей движения за качество в Японии ,профессор Каору Исикава указывал, что нельзя экономить на качестве, поскольку ''качество само является экономией''[[21]](#footnote-21)21.

В Японии решение проблемы качества было весьма успешным. Управление качеством возвели в ранг государственной политики. Основным направлением стало вовлечение в деятельность по обеспечению качества самих исполнителей ,работников в сотрудничестве с контролерами качества на рабочем месте. В Японии сумели сделать доступными для рабочих сложные статистические методы и ,самое главное, убедить работников, что проблема качества –это проблема каждого японца.

Была создана модель управления качеством ,в которой всеобщий контроль качества представляет собой единый процесс обеспечения качества повсеместно на предприятии : этот процесс осуществляется всем персоналом от президента до работника первой линии.

Сформулированные в 1967 г. особенности управления качеством являются основополагающими во всем мире и в настоящее время [[22]](#footnote-22)22:

всеобъемлющее управление качеством на уровне фирмы ,участие в нем всех работников ;

подготовка и повышение квалификации кадров в области управления качеством ;

деятельность кружков качества;

инспектирование и оценка деятельности по управлению качеством;

использование статистических методов;

общенациональная программа по контролю качества.

Особенности японской системы управления качеством изучаются во всех странах. Необходимо добавить, что в Японии персонал многих предприятий имеет очень высокую квалификацию, рабочие знают основы высшей математики, ряд других дисциплин, которые во многих странах изучают только в высшей школе. Такой уровень компетенции в сочетании с высочайшей технологической дисциплиной обеспечивает наивысший уровень контроля.

Итак, обеспечение качества продукции в США, Японии, других развитых странах рассматривается как непрерывный процесс, пронизывающий всю организационную структуру фирмы и органически сочетающийся с системами национального регулирования экономики. Главной особенностью реализации моделей является их ориентация на потребителя.

**§3. Качество и конкурентоспособность, соотношение понятий**

В рыночной экономике решающим фактором коммерческого успеха товара является конкурентоспособность. Это понятие означает соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, техническим, экономическим, эстетическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям его реализации (цена, сроки поставки, каналы сбыта, сервис, реклама). Более того, важной составной частью конкурентоспособности товара является уровень затрат потребителя за период его эксплуатации.

В научно-технической литературе существует ряд определений понятия конкурентоспособность.

Так, А.Н.Романов предлагает следующее определение конкурентоспособности: «...под конкурентоспособностью понимается комплекс потребительских и стоимостных (ценовых) характеристик товара, определяющих его успех на рынке, то есть преимущество именно этого товара над другими в условиях широкого предложения конкурирующих товаров-аналогов»[[23]](#footnote-23)23.

Словари дают следующие толкования этого слова:

1) «...конкурентоспособность товара — совокупность потребительских свойств товара, определяющая его отличие от других аналогичных товаров по степени и уровню удовлетворения потребности покупателя и затратам на его приобретение и эксплуатацию»[[24]](#footnote-24)24 ;

2) «...конкурентоспособность товара — способность продукции быть более привлекательной для потребителя (покупателя) по сравнению с другими изделиями аналогичного вида и назначения, благодаря лучшему соответствию своих качественных и стоимостных характеристик требованиям данного рынка и потребительским оценкам»[[25]](#footnote-25)25 .

Т. е ,если обобщить все эти определения и выделить в них самое главное, то можно вывести формулу конкурентоспособности :

Конкурентоспособность товара — понятие относительное, ее можно прогнозировать в процессе разработки образцов, однако реальная конкурентоспособность оценивается только на рынке .

На рынке товаров конкурентоспособность рассматривается с точки зрения потребителя. При этом совершенно очевидно, что покупателя прежде всего интересует эффективность потребления (Эп), определяемая как отношение суммарного полезного эффекта, т.е. суммарных потребительских свойств товара (Р) к полным затратам на приобретение и использование товара (С). Следовательно, условия конкурентоспособности товара со стороны потребителя принимают вид:

Эп=P/С → max;

Но производитель, в свою очередь ,не должен забывать о своих собственных интересах, ведь рентабельность его собственной деятельности - основное условие коммерческого успеха. Для обеспечения преимуществ поставляемого товара по уровню цены, качеству, условиям поставки и сервису производитель вынужден, как правило, расходовать дополнительные средства, выделяемые им из прибыли. Поэтому для производителя условия конкурентоспособности его товара в практическом плане оцениваются как отношение общей выручки от реализации к совокупным издержкам на изготовление, доставку товара и его сервисное обслуживание.

Значения показателей конкурентоспособности товара зависят от силы влияния внешних и внутренних факторов конкурентного преимущества товара. Внешние факторы влияют на цену продукции, которая складывается под воздействием рыночных условий, а внутренние воздействуют на качество продукции, формируемой на основе НТП.

Оценить уровень конкурентоспособности различных товаров достаточно сложно , так как:

во-первых, в конкурентоспособности фокусируются все показатели качества и ресурсоемкости работы всего персонала по всем стадиям жизненного цикла товаров;

во-вторых, в настоящее время отсутствуют международные документы (по аналогии со стандартизацией других товаров) по оценке конкурентоспособности различных товаров; в-третьих, например, в России техническая, экономическая, кадровая, социальная политика не ориентированы на обеспечение конкурентоспособности различных товаров.

Для расчета конкурентоспособности товаров предприятия и его конкурентов исходные данные анализируются по следующим позициям:

Традиционно высокой конкурентоспособностью отличаются товары, производимые в США, Японии, Германии, Швейцарии, Франции и ряде других стран. Главными условиями повышения конкурентоспособности товаров в этих странах являются: оценка глобальной структуры как внутреннего, так и мирового спроса; высокая степень адаптации экономики к эволюции спроса; точный выбор национальной специализации, соответствующей внутренним возможностям и тенденциям международного разделения труда; умение избегать острой и бессмысленной конкуренции; мобильное и оперативное умение переключаться на изготовление новых товаров и освоение новых рынков.

В настоящее время главной задачей отечественной экономики в XXI в. является рост конкурентоспособности за счет роста качества, что отражается в концепции национальной политики. На сегодняшний день эта задача не решена[[26]](#footnote-26)26. В стране производится и потребляется в значительной степени не качественная, а конкурентоспособная продукция [[27]](#footnote-27)27, и в связи с этим правительству России нужно построить свою политику таким образом, чтобы стимулировать производителя выпускать не только конкурентоспособную, но и качественную продукцию.

**§4. Методы анализа и управления качеством продукции**

Один из базовых принципов управления качеством состоит в принятии решений на основе фактов. Наиболее полно это решается методом моделирования процессов, как производственных, так и управленческих инструментами математической статистики. Однако, современные статистические методы довольно сложны для восприятия и широкого практического использования без углубленной математической подготовки всех участников процесса. К 1979 г. Союз японских ученых и инженеров (JUSE) собрал воедино девять достаточно простых в использовании наглядных методов анализа процессов. При всей своей простоте они сохраняют связь со статистикой и дают профессионалам возможность пользоваться их результатами, а при необходимости – совершенствовать их. Среди них рассматривают :

1. построение схемы процесса ;
2. контрольный листок ;
3. мозговая атака
4. диаграмма Парето;
5. причинно-следственная диаграмма(диаграмма Исикавы);
6. временной ряд ;
7. гистограмма ;
8. диаграмма рассеяния (корреляционное поле);
9. контрольная карта.[[28]](#footnote-28)28

*Схема процесса* (последовательность операций, маршрутная карта и т.п.)является графическим изображением последовательных стадий процесса, дает представление о программе и может быть полезной для понимания взаимосвязей стадий процесса.

При изучении процесса строят фактическую и оптимальную схемы его протекания, сравнивают их, находят отличия и потенциальные источники помех и трудностей. По результатам изучения разрабатывают мероприятия по улучшению процесса.

*Контрольный листок* (таблица проверок ) представляет собой информацию в динамике о различных дефектах для анализа количества и частоты бракованных изделий.

*Мозговая атака* используется, чтобы помочь группе выработать наибольшее число идей по какой-либо проблеме в возможно короткое время, и может осуществляться двумя путями :

1. упорядоченно - каждый член группы подает идеи в порядке очередности по кругу или пропускает свою очередь до следующего раза. Таким способом можно побудить к разговору даже самых молчаливых людей. Однако здесь присутствует некоторый элемент давления, что может помешать формированию идеи ;
2. неупорядоченно – члены группы просто подают идеи по мере того , как они приходят на ум. Так создается более раскованная атмосфера.

При этом необходимо придерживаться следующих правил :

* никогда не критиковать чужие идеи. Записывать на лист или доску каждую идею. Если слова видны всем, это помогает избежать неверного понимания и рождает новые идеи;
* каждый должен согласиться с вопросом или повесткой дня о предстоящей мозговой атаке;
* заносить на доску или на лист слова выступающего буквально, не редактируя их ;
* делать все быстро ,лучше всего проводить мозговую атаку за 5-15 мин.

*Анализ Парето* применяется во множестве ситуаций, и без сомнения – в решении проблем качества. Анализ Парето как правило иллюстрируется диаграммой Парето. Диаграмма Парето применяется, когда требуется представить относительную важность всех проблем или условий с целью выбора отправной точки для решения проблем ,проследить за результатом или определить основную причину проблемы. Диаграмма Парето – это особая форма вертикального столбикового графика, которая помогает определить какие имеются проблемы, и выбрать порядок их решения. Построение диаграммы Парето основано на информации из контрольных карт или других источников. Диаграмма помогает ранжировать факторы, достигать высоких результатов при минимальных затратах.

Диаграмма Парето – графический метод ранжирования факторов. Ранжирование можно осуществлять с применением корреляционно-регрессионного анализа, метода анализа структуры, экспертного метода[[29]](#footnote-29)29. Порядок построения диаграммы Парето:

* выбор проблем (факторов ,показателей и т.п.),которые необходимо проанализировать;
* ранжирование проблем;
* выбор критерия сравнения и периода для анализа;
* построение диаграммы нарастающим итогом слева направо;
* анализ диаграммы и разработка мероприятий по улучшению важнейших факторов.

*Гистограмма-*кривая ,построенная по крайним верхним точкам разброса статистических данных относительно среднего значения (медианы). Гистограмма характеризует нормальность распределения.

Проблемы, связанные с конкурентоспособностью отечественной продукции , требуют серьёзного осмысления. Без этого ни деловые круги, ни органы государственного управления не в состоянии правильно сформулировать задачи, стоящие перед страной и хозяйствующими субъектами.

В мировой экономической науке за длительный период ее становления и развития к проблеме конкурентных преимуществ обращались не реже, чем к проблеме развития техники. Какими бы ни были изменения в политической и экономической жизни России в обозримой перспективе, для страны будет оставаться актуальной проблема эффективности производства, внешних экономических связей ,участия в международной торговле ,и следовательно - конкурентоспособности.

Достижение глобальной конкурентоспособности России на сегодняшний день по ряду причин невозможно. Во-первых , возрастание ненадежности России как торгового партнера привели к ее выталкиванию с мировых рынков ,к сокращению поступлений валюты от экспорта .

Во-вторых, несоответствие принятой в России системы стандартизации продукции возросшим требованиям европейских и международных стандартов качества .Это создает проблемы с сертификацией отечественных товаров (российские сертификаты за редким исключением не признаются индустриально развитыми странами).

В-третьих, государственная финансовая поддержка российских экспортеров ,несмотря на принятые в последние годы меры ,все еще значительно уступает аналогичной поддержке в других странах (главным образом ,вследствие неудовлетворительного финансирования соответствующих программ в области кредитования и страхования экспорта).В результате этого даже конкурентоспособная на мировом рынке по технико-экономическим показателям отечественная продукция не доходит до покупателей.

В-четвертых, в России экспортерам оказывается слабая информационная , консультативная и правовая поддержка со стороны как региональных отделений Торгово-промышленной палаты РФ и отраслевых объединений предпринимателей ,так и со стороны экономических отделов посольств и торговых представительств за границей.

В-пятых, все еще сохраняющиеся элементы дискриминации в зарубежных странах по отношению к российским поставщикам.

В-шестых, низкая доля в экспорте принципиально новых видов товаров и услуг ,которые создают свой рынок сбыта и позволяют поставщикам в течение определенного времени реализовать фактически на монопольных условиях .

В-седьмых, высокие экономические и политические риски , препятствующие широкому притоку частных и иностранных инвестиций в промышленность России ,но необходимые для осуществления структурной перестройки экономики и освоения конкурентоспособной продукции. Так, на долю России приходится около 0,5 % общемирового притока капиталовложений.[[30]](#footnote-30)31

Но существуют еще и внутренние (субъективные ) причины:

1.Низкие потребительные свойства продукции, производимой российскими предприятиями по сравнению с зарубежными аналогами вследствие серьезных различий в системах стандартов по номенклатуре и уровню требований к эксплуатационным и экологическим характеристикам : низкое качество дизайна и предоставляемого сервисного обслуживания , ремонта и обеспечения запасными частями.

2.Невысокое качество изготовления продукции, вызванное низкой технической оснащенностью производства, существенным снижением уровня квалификации производственного персонала из-за ухода наиболее грамотных и квалифицированных специалистов, падением технологической дисциплины и несоответствием систем обеспечения качества продукции требованиям ИСО 9000.

3.Высокая стоимость выпускаемой продукции вследствие низкого уровня загрузки производственных мощностей, высоких цен на сырье, материалы, энергоносители ,в ряде случаев превышающих мировой уровень.

4.В большинстве случаев отсутствие рабочих методических материалов , позволяющих управленческому персоналу осуществлять эффективное планирование и управление промышленными предприятиями .[[31]](#footnote-31)32

Что мы имеем в итоге? По результатам Международного экономического форума 2005г.,Россия в рейтинге конкурентоспособности продукции заняла только 75 место –между Индонезией и Марокко. Согласно данным Мирового банка по благоприятности ведения бизнеса, Россия заняла 79 место из 127 анализируемых стран.[[32]](#footnote-32)33 Наибольщими конкурентными преимуществами в нашей стране обладают : Москва и Московская область, Санкт–Петербург, Татарстан, Свердловская, Самарская, Челябинская и Ростовская области. Ещё у пяти регионов эти преимущества сравнительные, у 14-ти – ограниченные, а у оставшихся 62-х – они по существу отсутствуют. Считается благоприятным инвестиционный климат у Белгородской области. Если говорить об отдельных предприятиях, то по данным опроса, проведённого среди более 500 отечественных предприятий только 34% из них считаются конкурентоспособными на отечественном рынке, 24% - на рынках СНГ и только 7% - на рынках дальнего зарубежья.

Но если сегодня грамотно построить стратегию развития ,то российский бизнес станет серьезным игроком на международной арене ,и наша страна сможет достойно выступать на мировых рынках. В настоящее время Россия остро нуждается в новой экономической стратегии, которая определит основные направления интеграции страны в новое экономическое сообщество.

Как отмечают многие ,чтобы покупали российские товары, надо сделать экономику эффективной. Это утверждение без сомнения правильно, но встает вопрос как этого достичь ?Академик РАН Р.И.Нигматулин уверен ,что надо начинать с оплаты труда, платежеспособности населения ,можно согласиться с ним, ведь низкий уровень жизни не отвечает требованиям конкурентоспособности.[[33]](#footnote-33)34Также необходимо развивать человеческий капитал ,который в современных условиях становится значительным фактором экономического роста.

Бесконечно наращивать экспорт сырья невозможно. Будущее за экономикой, основанной на знаниях и труде высококвалифицированных работников. Покупая продукцию российских производителей мы инвестируем деньги в нашу экономику, но как это сделать если большинство наших товаров не конкурентоспособны! Ведь можно сколько угодно призывать покупать российские товары, но потребитель всегда выбирает сам по соотношению цены и качества. Большинство российских товаропроизводителей испортило свою репутацию плохом отношением к качеству товаров и требованиям потребителей. Встает вопрос : как обеспечить конкурентоспособность ? Для этого нужна национальная программа, которая должна поддерживаться политикой государства в области качества.

Также нельзя не упомянуть о технологиях менеджмента и инновациях , как средстве развития предпринимательства и повышения их конкурентоспособности.

Так, компанией ''Аксенчер'' и Ассоциацией менеджеров в2003году был проведен опрос среди руководителей крупных и средних российских промышленных предприятий, в результате которого были выявлены факторы, влияющие на конкурентоспособность промышленных предприятий в условиях глобализации экономики. Итоги этого опроса можно увидеть в таблице[[34]](#footnote-34)35.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Внутренние факторы | % менеджеров ,указавших фактор | Внешние факторы | % менеджеров ,указавших фактор |
| Мотивация персонала  | 72,2 | Рыночные условия | 35,0 |
| Финансовое состояние предприятия | 58,3 | Влияние конкурентов | 29,3 |
| Реализация стратегии роста | 56,0 | Рыночные слияния и поглощения | 28,2 |
| Система управления издержками | 50,8 | Изменения условий бизнеса | 23,7 |
| Активная работа с потребителями продукции | 50,0 | Конъюнктурные изменения на международных рынках | 21,8 |
| Эффективное управление качеством | 50,0 | Использование связей с органами власти | 20,3 |
| Внедрение инноваций в технологические и управленческие процессы | 43,6 | Оптимальная стоимость и простота получения инвестиций | 19,9 |
| Организация взаимодействия предприятия с контрагентами | 36,5 | Нерыночные механизмы конкурентной борьбы | 8,6 |

Т.е из вышеприведенных данных можно сделать вывод, что основными внутренними факторами повышения конкурентоспособности промышленных предприятий российские менеджеры назвали (в порядке убывания значимости) высокую мотивацию персонала, стабильное финансовое состояние предприятия, реализацию стратегии роста. Именно эти факторы позволяют адекватно реагировать на изменения внешних условий хозяйствования , вызванных глобализацией экономики и ужесточением конкуренции. Также нельзя недооценивать влияние инноваций на конкурентоспособность предприятий. У российских предприятий отсутствует серьезный опыт инновационной деятельности в рыночных условиях, а также не создана необходимая для этого инфраструктура. Это большая проблема и ее необходимо решать. Конкурентоспособность и инновационное начало в современной экономике нераздельны и находятся в сложной причинно-следственной связи. При этом инновационность не сводится только к изменениям в технике и технологии. Она распространяется на все фазы подготовки к производству, изготовления продукции, сбыта охватывает управление и маркетинг , производство и обращение , распространяется на всю инфраструктуру рынка. [[35]](#footnote-35)36

Одним из важнейших механизмов мотивации предприятий и организаций к непрерывному совершенствованию своей деятельности являются конкурсы на соискание национальных и международных премий в области качества. Их учреждение выступает с одной стороны, как современная тенденция развития системного подхода к управлению качеством, а с другой - как инструмент государственного регулирования деятельности предприятий и организаций в области качества. В России такими конкурсами являются : программа ''100 лучших товаров России'', ''Российское качество '', ''Всероссийская Марка(III тысячелетие).Знак качества XXI века ''и др.

Движение за качество в нашей стране все еще слабое,и быть лауреатом этих программ не только почетно, но и ответственно, ведь на лидеров должны равняться другие предприятия. Необходимо отметить, что из 150 тыс. действующих предприятий только 2% принимают участие в этих программах[[36]](#footnote-36)37(которых у нас в стране проводится 32-35 ежегодно).

Но с каждым годом это число растет. Так сегодня 70 предприятий разных регионов страны имеют знак ''Российское качество'' на 250 наименований продукции и услуг. В прошедшем году дипломы и знак РК вручили 16 предприятиям , среди которых ОАО''Первоуральский динасовый завод'', ОАО ''Истра-хлебопродукт'', ОАО ''Щекиназот'', ЗАО''НП Подольск-кабель'' и др[[37]](#footnote-37)38.

Маркировка продукции знаком ''Российское качество'' говорит о том, что она выдержала жесткую проверку. Успех программы зависит во многом от квалификации экспертов .Всесторонняя оценка качества и самой продукции, условий ее производства и реализации – проводится авторитетными и опытными специалистами в данной области.

Немаловажную роль в обеспечении качества играют сами руководители. Поэтому в России проводится ежегодный конкурс ''Российский лидер качества'', в прошлом году им стали 12 руководителей предприятий, которые получили почетный диплом и медаль.

Еще одним конкурсом в области качества является конкурс ''Всероссийская марка(III тысячелетие).Знак качества XXI века''. О значимости этого конкурса лучше всего говорит статистика: в смотрах качества, начавшихся в 1999 году, в общей сложности участвовало около 700 предприятий из 68 регионов России и шести стран ближнего зарубежья (в номинации ''Поставщик продукции на российский рынок'').За это время Совет Знака качества удостоил знаками золотого, серебряного и бронзового достоинств свыше 5 тыс. видов продукции, предварительную экспертизу качества которой провели испытатели Ростест-Москва, действующие под лозунгом ''Точность. Безопасность .Качество.'' Соответствующая маркировка изделий привлекла внимание потребителей, что сказалось на увеличении спроса примерно на 15-20 %. Кроме того, предприятия-лауреаты конкурса стали участниками еще одной престижной акции – получение паспорта ''Предприятие высокого качества.'' В 2005г. почетного звания удостоены Брестгазоаппарат, РУПП ''Витязь'', ''Гомельобои''(все из Белоруссии), Корюковская фабрика технических бумаг (Украина),Государственный Рязанский приборный завод, Московский завод ''Кристалл'', Племенное хозяйство ''Лазаревское'' (Тульская область), ФГУП ''Северный рейд''(Северодвинск),Черкесский завод резиновых и технических изделий (г.Черкесск).

В результате выполнений рекомендаций 42 коллектива сертифицировали системы менеджмента качества(СМК),завоевав право попробовать свои силы в борьбе за высшую награду –платиновый Знак качества(таково одно из условий участия в проекте).Четыре предприятия влились в ''клуб'' разработчиков национальных стандартов ; более 20 ввели входной контроль сырья и материалов , ужесточив требования к поставщикам ;130 привели маркировку своей продукции в соответствие с требованиями государственных стандартов ; 56 провели аттестацию испытательного оборудования и тд[[38]](#footnote-38)39.

Также в России проводится конкурс ''100 лучших товаров России''.Два золотых и два серебряных логотипа конкурса "100 лучших товаров России - 2005" получили четыре ивановские компании - ОАО "Полет", ООО "Ивколор-Плюс", ОАО "Швейная фирма "Айвенго" и ООО "Максима-стиль".

Победа в данном конкурсе обеспечила им не только дополнительный пиар и признание на федеральном уровне высокого качества выпускаемой продукции, но и определенные гарантии для потенциальных партнеров и клиентов. В департаменте экономического развития и торговли Ивановской области официальной церемонии награждения победителям конкурса были вручены как знаки отличия, так и декларации, гарантирующие, что производители сохранят нынешний уровень качества, по крайней мере в течение двух лет.

Между тем столь оптимистичными итогами данные предприятия, по мнению многих специалистов, определили одну из основных тенденций на рынке ивановских товаров и услуг - постепенный переход от выпуска полуфабрикатов в пользу готовых товаров, причем при условии их высокой конкурентоспособности. При выборе победителей основными критериями были как вклад продукции в реализацию национальных проектов, так и высокий уровень потребительских свойств качества, экологичности и безопасности. Члены экспертной комиссии особо обращали внимание на преимущественное использование отечественных видов сырья, материалов, комплектующих изделий; доступность товаров для потребителей в соотношении "цена - качество" и информационно-выставочное сопровождение товаров. Ведь одна из главных целей ежегодного конкурса "100 лучших товаров России" - это определение на конкурсной основе лучших образцов российских товаров и услуг и конструктивное содействие их продвижению на российский и зарубежные рынки.

У компании Ивколор-Плюс уже большой опыт участия в конкурсе(она принимает участие в этом конкурсе вот уже пятый год).. В 2001 году компания получила серебряный логотип, а в этом стала победителем, наверное, это не случайно, т.к. ее изделия не только высокохудожественны и высококачественны, но и пользуются устойчивым спросом как в России ,так и за границей. Своим участием в конкурсе свой основной девиз "Всегда на высоте" подтвердило и ОАО "Полет", награжденное золотым логотипом в номинации "Продукция производственно-технического назначения" за спортивную парашютную систему собственной разработки "Мальва 24".

**ОАО "Полет"** – единственное в России предприятие полного цикла по производству парашютных систем. В структуру предприятия входят: собственные швейное производство и металлопроизводство, конструкторское бюро, текстильная и химическая лаборатории, собственная группа испытателей. Это означает, что все основные узлы парашютных систем изготавливаются на одном предприятии, поэтому парашют от ОАО «Полет» надежен и безопасен.

**Заказчики ОАО «Полет»:**

воздушно-десантные войска России;

военная, военно-транспортная и гражданская авиация России и других стран;

спортивные клубы РОСТО.

**ОАО "Полет"** успешно реализует свою продукцию благодаря профессиональным кадрам, уникальной технологии (собственное металлопроизводство, конструкторское бюро, швейное производство), высококачественной продукции. Эти параметры определяют преимущества предприятия перед конкурентами.

Масштаб предприятия, его значение для экономики и обороноспособности страны характеризуют следующие показатели:

80 % всех парашютов воздушно-десантных сил России произведены на ОАО «Полет»,

20% – доля «Полета» на рынке спортивных парашютов России,

565 опытных высококвалифицированных работников создают продукцию, пользующуюся большим спросом в стране и за рубежом.

**ОАО "Полет"** – стало первой российской компанией, вступившей в Международную Ассоциацию производителей парашютов (PIA), США. Членство в PIA позволяет быстрее адаптироваться к международным требованиям, оперативно получать информацию обо всех новейших достижениях и разработках в зарубежной парашютной индустрии, а в ближайшей перспективе начать экспорт спортивных моделей. ОАО «Полет» за более чем 80 лет своей славной истории собрал внушительную копилку побед и достижений. Профессионализм и энтузиазм работников, отличное качество продукции традиционно получают высшие оценки на региональном, национальном и международном уровнях.

Именно такие предприятия должны стать ориентиром в движении по направлению к производству качественной конкурентоспособной продукции.

Если говорить о конкурентоспособности в целом, то необходимо отметить, что многие виды выпускавшейся продукции были конкурентоспособны на мировом рынке до проведения реформ. Тогда все говорили о том, что, в России есть огромный потенциал конкурентоспособных отраслей. Мы строили металлургические заводы в странах Европы и Азии, строили там гидроэлектростанции на своём собственном оборудовании (качество определялось на тендерах), строили плотины для оросительных систем, атомные электростанции и поставляли туда всё своё оборудование, конкурентоспособны были станки, тяжелые прессы. И это были действительно достойные мирового признания показатели качества. Мы сегодня должны говорить о восстановлении такой индустриальной мощи страны, которая позволит нам хотя бы возвратиться в те «ниши», в которых мы когда-то занимали ведущие позиции наравне с другими странами мира. Сейчас, к сожалению, нужно всё начинать заново, потому что потеряны не только объёмы производства, но эти рынки. Поэтому необходимо создавать новую систему и организацию выпуска качественной продукции, а этого сделать нельзя без модернизации существующего производства. Особое внимание проблеме конкурентоспособности России уделено в Послании Президента Российской Федерации Федеральному собранию в 2006 году. В нем говорилось, что «...Россия должна быть и будет страной с конкурентоспособной рыночной экономикой... Конкурентоспособным должно быть все — товары и услуги, технологии и идеи, бизнес и само государство, частные компании и государственные институты, предприниматели и государственные служащие, студенты, профессора, наука и культура... высокая конкурентоспособность страны должна стать важнейшей целью...»[[39]](#footnote-39)41.И хочется надеяться, что в ближайшее время эта цель будет достигнута, и Россия представит западным странам качественную конкурентоспособную продукцию за которую можно будет действительно гордиться!

**Заключение**

Проблема качества сложна и многогранна и решить её можно только при осуществлении комплекса мероприятий, включающих: повышение роли и усиление ответственности разработчиков за обеспечение высокого технического уровня и качества продукции; перестройку на научно-организационных основах технического контроля на предприятиях; повышение технического уровня производства; подготовку и переподготовку кадров и развитие творческой инициативы трудящихся и т. д.

Однако всё сходиться в одном - качество продукции имеет важнейшее значение для ускорения экономического, социального и научно-технического прогресса и его надо постоянно улучшать. Продукция по своему качеству должна соответствовать требованиям потребителя, которые постоянно изменяются. Следовательно, нельзя остановиться на достигнутом уровне качества. Необходимо непрерывно совершенствовать методы и средства изготовления продукции.

Проблема качества и конкурентоспособности в настоящее время является очень актуальной для нашей страны и в своей курсовой работе я попыталась раскрыть все ее аспекты и представить необходимые пути ее решения.

Из выше всего сказанного я выделю, что качественная продукция для предпринимателя - это ключ к успеху и прибыли. Любой человек из двух товаров выберет более качественный. Конечно, тут наблюдается зависимость цены от качества, т.к. для производства качественного изделия требуются добротные материалы. Качественные товары могут повлиять не только на увеличение прибыли фирмы, но и на рост экономики в целом, это можно проследить на примере американских и японских компаний.

К сожалению, на российском рынке все еще отдается предпочтение импортным товарам, считая их более качественными. Но в этом потребители порою сильно заблуждаются. Сегодня разработаны эффективные новые статистические методы, с помощью которых можно просчитать процент качественной продукции и увеличить его, а проявление дефекта предотвратить до выпуска продукции. Поэтому, качество занимает очень большую роль в производстве товаров и является методом выживаемости фирмы в условиях рыночной конкуренции.

Правительство РФ делает усилия по соответствию отечественных товаров мировым стандартам и защите российского рынка от низкокачественных импортных товаров. Правовую основу контроля за качеством создают законы «Об обеспечении единства измерений», «О сертификации продукции и услуг», и «О стандартизации». Следует так же сказать о совершенствовании деятельности в области государственного контроля. Она должна быть направлена на повышение эффективности деятельности федеральных органов исполнительной власти по защите прав потребителей от поступления некачественных товаров как отечественных, так и зарубежных товаропроизводителей.

Наиболее эффективный метод – внедрение систем управления качеством на базе стандартов ISO серии 9000. Это особенно важно для предприятий пытающихся выйти на международный рынок. В целях максимальной гармонии с зарубежными системами сертификации систем качества сейчас готовятся документы, необходимые для признания результатов ИСО/МЭК.Всё для того, чтобы обеспечить признаваемость за рубежом сертификатов, которые будут выдаваться в России. Сегодня уровень запросов наших потребителей сравнился, по существу, с уровнем требований к товарам и услугам на зарубежных рынках. Возможность свободного выбора, жесткая конкуренция не могут не влиять на производителей, заставляет их думать о качестве. Чтобы качество стало для России национальной идеей для этого надо сделать очень многое: заинтересовать «верхи», привлечь средства массовой информации ,стимулировать выпуск качественной отечественной продукции. И первым шагом к этому является учреждение правительством страны премии качества, разработка программы «100 лучших товаров России». ЗАО «Экспоцентр» проводит международные выставки и ярмарки уже несколько лет. Они касаются самых разнообразных сфер жизни и деятельности человека, таких как: «металлообработка»; «Связь -Экспокомм»; «Обувь. Мир кожи»; «Медтехника»; «Оптика»; «Нефтегаз»; «Секьюрити-Экспо»; «Электро»; «Быт и Мода»; «Экспогород»; «Медревмаш»; «Музыка, Шоу – техника»; «Агропродмаш»; «Информатика»; «Банк и Офис»; «Мир детства»; «Мебель»; «Здравоохранение» и другие.

Предприятия, удостоившиеся различного рода наград получают не только признание и уважение в своей среде ,но у них также появляется возможность привлечения дополнительного количества покупателей, что тоже очень важно в современных условиях.

**Список литературы**

1. Защита прав потребителей (Закон о защите прав потребителей )и Правила розничной торговли,1999.

2. Азгальдов Г.Г.''Что такое качество'',1968.

3. Амбарцумов А.А., Стерликов Ф.Ф. 1000 терминов рыночной экономики: Справочное учебное пособие. — М.:1993.

4. Афонин . А.В.Инновационный менеджмент,2001

5.Баловский Л. Е - Управление качеством , 2003.

6.Бенделл.Наставники по качеству. Сб.очерков о самых знаменитых заруб. деятелях в области качества,2000

7.Волков В.П., Ильин А.И., Станкевич А.И. Экономика предприятия: Учеб.пособие.М.,2004.

8. Как работают японские предприятия .М.:Экономика ,1989.

9.Концепция национальной политики России в области качества продукции и услуг.//Стандарты и качество№4,2001.

10. Кравченко Ю. ''Промедление смерти подобно''.//Стандарты и качество.№1,2001.

11. Ланской-Навлянский Д. ''Дань качеству''// Еженедельная деловая газета Иваново№9(82)10.03.2006.

12.Любушин Д. М. Анализ финансово-экономической деятельности, 2002г.

13.Мазур И.И.Управление качеством , 2003.

14.Маркетинг: Учебник / Романов А.Н., Корягов Ю.Ю., Красильников С.А.- М.,1996

15. Семкина М..''Как сделать наши товары конкурентоспособными?''// Стандарты и качество.№12.2005.

16. Семкина М.''Лидеры качества'''//Стандарты и качество.№8.2005.

17. Огвоздин В.Ю.Анализ основных терминов стандарта

ИСО 8402-86//Стандарты и качество.№3 1992.

18. Пенкин Е. ''Качество: прошлое, настоящее ,будущее''// ''Стандарты и качество''.№1.2006.

19.Производственный менеджмент. Учеб./ Под ред.

Фатхутдинова Р.А. М., 2002.

20. Сафронов.Н.А.''Экономика предприятия''.М.,2000.

21. Семь инструментов качества в японской экономике ,1990.

22. Симонов Ю.Знак качества XXI века.Программа продвижения лучших товаров//Стандарты и качество.№3.2006.

23. Стандартизация в России.1925-2000.,2000.

24. Тарасова В.П., Крутикова Ф.А. Толковый словарь рыночной экономики. — М.: Рекламно-издательская фирма «Глория», 1993.

25. Управление качеством продукции .Справочник ,1985.

26. Фатхутдинов.Р.А.Организация производства.-М.,2003.

27.Фомченкова.Оценка конкурентного потенциала конкретного предприятия//ЭКО№10.2005.

28. Харрингтон Дж.Х. Управление качеством в американских корпорациях /Пер. с англ. 1990.

29. Швандар В.А. ''Стандартизация и управление качеством продукции'',2000.

30. Экон.предпр.Учеб/Под ред.Горфинкеля В.Я,2001.

31.Экономика предприятия ./Под ред. Пелиха А.С.,2004

32. Экономика России за 1999-2002годы.-М.:Минэкономразвития России.2003.

33.http://www.spblot.narod.ru

34.http://www.snip.info.ru

35. http://www.rmnt.ru

36. http://www.pressclub..ru

1. Азгальдов Г.Г.''Что такое качество'',1968. [↑](#footnote-ref-1)
2. Бенделл.Наставники по качеству.Сб.очерков о самых знаменитых заруб. Деятелях в области качества,2000.С.24. [↑](#footnote-ref-2)
3. 3 Огвоздин В.Ю.Анализ основных терминов стандарта ИСО 8402-86//Стандарты и качество 1992.№3.С.22. [↑](#footnote-ref-3)
4. 4 http://www.spblot.narod.ru. [↑](#footnote-ref-4)
5. 5 http://www.snip.-inro.ru. [↑](#footnote-ref-5)
6. 6 http://www.rmnt.ru. [↑](#footnote-ref-6)
7. 7 Швандар В.А. ''Стандартизация и управление качеством продукции'',2000.С311-315 [↑](#footnote-ref-7)
8. 8 Экономика предприятия: Учебник /Под ред.А.Е.Карлика,2002.С.218. [↑](#footnote-ref-8)
9. 9 В.П.Волков, А.И.Ильин, В.И.Станкевич .Экономика предприятия:Учеб.пособие.М.,2004.С.212-213. [↑](#footnote-ref-9)
10. 10 Н.А.Сафронов.''Экономика предприятия'',М.,2000.С.343. [↑](#footnote-ref-10)
11. 11 Горфинкель В.Я. Экономика предприятия,2001.С.387-389 [↑](#footnote-ref-11)
12. 12 Закон о защите прав потребителей и правила розничной торговли,1999. [↑](#footnote-ref-12)
13. 13 Экономика предприятия ./Под ред. Пелиха А.С.-М.:ИКЦ''МарТ'',2004.,стр.259. [↑](#footnote-ref-13)
14. 14 Баловский Л.Е.-Управление качеством ,2003.С.12 [↑](#footnote-ref-14)
15. 15 Управление качеством продукции .Справочник .М.:Изд-во стандартов ,1985.404с. [↑](#footnote-ref-15)
16. 16 Фатхутдинов .Производственный менеджмент,2002.С437-438;И.И.Мазур.Управление качеством , 2003.С.15-17. [↑](#footnote-ref-16)
17. 17 Мазур И.И.Управление качяеством: Учеб.пособие для студентов вузов.М.,С.138. [↑](#footnote-ref-17)
18. Стандартизация в России.1925-2000.,М,2000.С.244 [↑](#footnote-ref-18)
19. 19 В.П.Волков, А.И.Ильин, В.И.Станкевич. Экономика предприятия:Учеб.пособие.М.,2004.С.217 [↑](#footnote-ref-19)
20. 20 Харрингтон Дж.Х.Управление качеством в американских корпорациях /Пер. с англ. 1990.С.29-30 [↑](#footnote-ref-20)
21. 21 Как работают японские предприятия .М.:Экономика ,1989.С.76 [↑](#footnote-ref-21)
22. 22 Семь инструментов качества в японской экономике .М.:Издательство стандартов ,1990.С.32 [↑](#footnote-ref-22)
23. 23 Маркетинг: Учебник / Романов А.Н., Корягов Ю.Ю., Красильников С.А.- М.,1996. С.167 [↑](#footnote-ref-23)
24. 24 Амбарцумов А.А., Стерликов Ф.Ф. 1000 терминов рыночной экономики: Справочное учебное пособие. — М.:1993. С.349 [↑](#footnote-ref-24)
25. 25 . Тарасова В.П., Крутикова Ф.А. Толковый словарь рыночной экономики. — М.: Рекламно-издательская фирма «Глория», 1993.С.211. [↑](#footnote-ref-25)
26. 26 Концепция национальной политики России в области качества продукции и услуг.//Стандарты и качество№4,2001.С.4 [↑](#footnote-ref-26)
27. 27 Кравченко.Ю. Промедление смерти подобно//Стандарты и качество№1,2001.С.9 [↑](#footnote-ref-27)
28. 28 Фатхутдинов.Р.А.Организация производства.-М.,2003,С459. [↑](#footnote-ref-28)
29. 29 Фатхутдинов.Р.А.Организация производства.-М.,2003,С462. [↑](#footnote-ref-29)
30. 31 Экономика России за 1999-2002годы.-М.:Минэкономразвития России.2003. [↑](#footnote-ref-30)
31. 32 Любушин.Анализ финансово-экономической деятельности.М.-2002г.Стр.52-56 [↑](#footnote-ref-31)
32. 33 Евгений Пенкин''Качество:прошлое,настоящее ,будущее''//''Стандарты и качество''.№1.2006.Стр.7. [↑](#footnote-ref-32)
33. 34 Мария Семкина''Как сделать наши товары конкурентоспособными?''//''Стандарты и качество''.№12.2005.Стр.28 [↑](#footnote-ref-33)
34. 35 Эко№10.2005.Стр.184 [↑](#footnote-ref-34)
35. 36 Афонин .Инновационный менеджмент.стр.53 [↑](#footnote-ref-35)
36. 37 Евгений Пенкин''Качество:прошлое,настоящее ,будущее''//''Стандарты и качество''.№1.2006.Стр.7. [↑](#footnote-ref-36)
37. 38 Мария Семкина.Лидеры качества.//''Стандарты и качество''№8.2005.Стр.13 [↑](#footnote-ref-37)
38. 39 Стандарты и качество.№3.2006.стр.18 [↑](#footnote-ref-38)
39. 41 http;\\www.press.club.ru [↑](#footnote-ref-39)