**Министерство образования и науки Украины**

**Харьковский национальный экономический университет**

**Кафедра**

**управления персоналом**

**РЕФЕРАТ**

**по курсу: «Введение в специальность»**

**на тему: «Организационно-производственное обеспечение**

**качества и конкурентоспособности продукции»**

**Выполнила:**

**студентка 1 курса**

**факультета ЭП группа №4**

**Горбачук Алена Николаевна**

**Проверил:**

**преподаватель**

**Марина Павловна**

**Харьков 2004**

**Содержание**

**Введение 3**

**ГЛАВА 1 Суть и значение качества продукции**

1. **Понятие качества труда и качества продукции 4**
2. **Главные аспекты качества продукции 6**
3. **Показатели качества продукции 8**
4. **Понятие и функции управление качеством продукции 11**
5. **Сертификация качества продукции 12**
6. **Методы оценки уровня качества продукции 14**

**ГЛАВА 2 Конкурентоспособность продукции**

1. **Понятие конкурентоспособность продукции 16**
2. **Экспортный потенциал 19**
3. **Методы оценки конкурентоспособности продукции 21**
4. **Развитие конкурентоспособность продукции в Украине 22**

**Заключение 25**

**Список использованной литературы 26**

**ВВЕДЕНИЕ**

Под определением качества продукции следует понимать совокупность свойств продукции, обуславливающие удовлетворять в соответствии с её назначением определённые потребности.

Показателем качества продукции является количественная характеристика свойств продукции, входящих в состав её качества, рассматриваемые применительно к определённым условиям её создания и эксплуатации или потребления.

Наилучшие значения показателей является сочетание между расходом ресурсов и полученным эффектом. Общими показателями качества продукции считаются сортность, брак, количество принятых рекламаций. Но на равне с ними у каждой отрасли есть специфические показатели, которые могут быть единичными и комплексными. В свою очередь комплексные делятся на обобщённые, групповые, интегральные.

Фактически на рынке любой товар проходит проверку на степень удовлетворения общественных потребностей. Каждый покупатель покупает именно тот товар, который наиболее полно удовлетворяет его личные потребности. Поэтому конкурентоспособность товара можно определить, только сравнивая товары конкурентов между собой. Иными словами можно сказать, что конкурентоспособность это понятие относительное, четко привязанное к рынку и времени продажи.

 Конкурентоспособность товара – это совокупность качественных и стоимостных характеристик товара, обеспечивающего удовлетворение конкретной потребности покупателя.

Затраты на покупку и затраты, связанные с потреблением, составляют общие затраты покупателя и называются ценой потребления. Эта цена всегда значительно выше цены продажи. Вследствие этого делают вывод о том, что конкурентоспособен не тот товар, за который просят минимальную цену на рынке, а тот, у которого за весь срок его службы у покупателя создаётся минимальная цена потребления.

**ГЛАВА 1**

**СУТЬ И ЗНАЧЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ**

**1.1 Понятие качества труда и качества продукции**

Качество труда и качество продукции - основные понятия в управлении качеством.

Качество – это то, что отличает данное явление от других явлений окружающего мира. Качество дает понятие о том, каков предмет или процесс.

Производство представляет собой процесс создания определенных вещей продуктов труда. Основу этого процесса составляет труд. Труд можно охарактеризовать как деятельность человека по преобразованию исходных предметов труда (сырья, материалов) в готовую, нужную вещь, то продукцию. Количество труда зависит от затрат энергии, применения умственных и физических способностей людей. Ввиду сложности измерения всех этих его сторон, количество труда принято выражать во времени работы. Это измерение абстрактного труда.

Качественно же выделяют конкретный труд. Его основные особенное квалификация, сложность, характер (физический или умственный), количество допускаемых дефектов (брака), степень обеспечиваемого соответствия параметров изготавливаемых деталей, узлов нормативным требованиям и т.д.

Все эти особенности можно рассматривать как свойства конкретного труда, составляющие его качество.

Таким образом, качество труда - это совокупность свойств труда характеризующих конкретный труд.

Отличительными чертами конкретного изделия, выделяющими его среди других видов продукции, а также среди данного вида продукции, являются свойства. Эти свойства, формируются изготовителем в процессе создания продукции и проявляются при ее использовании или эксплуатации.

К этим свойствам относятся свойства, определяющие область применения или функциональное назначение продукции. Например, назначение автомобиля обусловлено такими свойствами, как габаритные размеры, скорость, грузоподъемность вместимость, проходимость. Различие же между грузовым и легковым автомобилями связано, прежде всего с наличием емкости для перевозки грузов или салона для пассажиров.

Однако свойства продукции не только определяют ее назначение. От них зависит и то, как (лучше или хуже) удовлетворяется соответствующая потребность. В настоящее время в Украине используется определение качества продукции, содержащееся в ГОСТ 15467 - 79: **«**Качество продукции **-** совокупность свойств продукции, обусловливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением».

 Прежде всего, из определения следует, что качество - это совокупность тех свойств продукции, от которых зависит ее пригодность удовлетворять потребности. Состав свойств, определяющих пригодность продукции удовлетворять потребности, значительно шире, чем свойств, формирующих ее способность к их удовлетворению. Объясняется это тем, что целесообразность использования продукции зависит и от объема удовлетворяемой потребности, и от других ее свойств, определяющих выгодно ли использовать эту продукцию. То есть речь идет об экономических свойствах, от которых зависят затраты на создание продукции и ее использование.

Изучая качество продукции, потребитель всегда сопоставляет качественную сторону - полезный ее эффект и связанные с ней затраты, качественной признается та продукция, у которой соотношение полезного эффекта и суммарных затрат наилучшее, то есть более высокая эффективность.

Таким образом, пригодность удовлетворять определенные потребности является наиболее общим, наиболее важным свойством потребительной стоимости, характеризующим ее качественную сторону. Уровень (величина) пригодности удовлетворять потребности оценивает качество продукции, Пригодность удовлетворять потребности, а значит, и качество продукции измеряются эффективностью ее использования или эксплуатации. Следует подчеркнуть, что формирование качества многих видов продукции и особенно машин осуществляется не только приданием свойств, делающих их способными удовлетворять определенные назначением потребности, но и свойств, обеспечивающих выполнение требований охраны и сохранения окружающей среды. Эти требования являются обязательными, и поэтому исследование качества продукции должно производиться только при их выполнении.

**1.2 Главные аспекты качества продукции**

Качество продукции рассматривается с разных сторон. В связи с этим существует несколько аспектов качества.

Фундаментальным является философский аспект. В философии под качеством понимается вся совокупность, свойств, характеризующая предмет как таковой, выделяющая его среди предметов окружающего мира.

С технической же точки зрения изготовителей и потребителей интересуют только те свойства продукции, которые определяют ее техническую сторону. Это физические, химические, технологические и другие свойства (масса, химический состав, температура, коэффициент полезного действия, скорость). Технические свойства играют определенную роль в формировании качества таких сложных видов продукции как машины.

Правовой аспект - это изучение и регулирование взаимоотношений людей при создании и использовании продукции.

Продукция создается и используется коллективами людей, которые вступают в индивидуальные и коллективные взаимоотношения. Они складываются между проектировщиками, изготовителями, потребителями продукции, торгово-сбытовыми организациями, а также внутри каждого из этих коллективов. К таким отношениям относятся: определение ответственности за низкое качество деталей, узлов и продукции в целом; за брак, и отступление от требований стандартов и технических условий на продукцию; регулирование взаимоотношений между поставщиками и потребителями; установление ответственности за поставку продукции, не соответствующей требованиям заказчика и др. Особое внимание в настоящее время уделяется международным взаимоотношениям по поставкам продукции.

Экономический аспект - это исследование качества продукции с точки зрения затрат, а также исследование затрат в сравнении с результатами. Экономический аспект имеет не менее важное значение, чем социальный, особенно для продукции машиностроения. С экономической точки зрения, любая продукция является результатом труда. Поэтому для создания продукции и формирования при этом отделенных ее свойств нужны затраты труда (живого и овеществленного). Затраты необходимы и при использовании многих видов продукции. Имеются в виду затраты не только на эксплуатацию машин, но и на ремонт и содержание производственных и жилых помещений, транспортных коммуникаций, мебели и т.п. Также создание машин с определенным качеством и его улучшение имеют одну основную общую для всех их видов цель - снижение затрат труда при выполнении необходимых работ. Экономия обязательно должна перекрывать затраты: при первичной механизации экономия живого и общественного труда по механизируемым работам должна быть больше затрат, связанных с применением машин; в случае же замены одних машин другими общая сумма затрат живого и общественного труда при использовании новых машин должна быть меньше, чем при эквивалентном количестве старых.

Улучшение качества машин может обеспечивать экономию затрат не только в сфере их эксплуатации, но и в сфере создания.

 Вместе с тем следует обратить внимание на то, что использование современных машин решает и социальные задачи улучшаются условия работы, ликвидируется тяжелый труд, повышается доля умственного труда и т.д.

**1.3 Показатели качества продукции**

Говоря о качестве продукции, его улучшении, необходимо знать, каково достигнутое качество, и иметь возможности сравнивать его с качеством аналогичных изделий. Чтобы улучшить качество, необходимо измерять его, количественно оценивать. Тогда можно говорить о том, в какой степени оно соответствует потребностям людей, современным требованиям производства, насколько его надо улучшить.

В связи с этим основу управления качеством составляет оценка качества продукции. Оценка, количественное измерение качества - как очень важная, так и очень сложная проблема. Потребности производства решении обусловили формирование нового научного направления в теории и практике управления качеством продукции - квалиметрия. Слово квалиметрия образовано от: латинского – какой,какого качества и древнегреческого  **-** мерить, измерять.Следовательно, квалиметрия – это наука об измерении.

Она представляет собой науку о количественных методах оценки качества, используемых для обоснования решений при управление качеством продукции. Квалиметрия разрабатывает принципы и методы сбора, обработки исходных данных и на их основе определяет количества показатели качества продукции. Оценка качества необходима для аттестации качества продукции, анализа динамики качества, контроля качества, планирования, стимулирования его улучшения и т.д. В квалиметрии широко используются математические методы, особенно статистические, так как многие показатели качества носят вероятностный характер. Но прежде чем перейти к методам измерения качества необходимо рассмотреть свойства продукции, входящие в ее качество, и с помощью чего их можно измерить.

Свойство продукции объективная особенность продукции, проявляющаяся при ее создании, эксплуатации или потреблении.

 Всю совокупность свойств продукции можно разделить на две группы: простые и сложные. Простое свойство характеризует какую-либо одну сторону или особенность продукции. Сложное свойство объединяет в себе несколько простых. Для измерения свойств продукции используются показатели - показатели качества. Показатель качества продукции – количественная характеристика одного или нескольких свойств продукции, составляющих ее качество. Рассматривается применительно к определенным условиям ее создания, эксплуатации или потребления. Показатель качества продукции называют также параметром качества.

Показатели назначения характеризуют свойства машины, определяющие основные функции, для которых она предназначена, и обуславливают область ее применения. Примеры показателей: мощность, грузоподъемность, скорость точность, габаритные размеры, масса.

Эргономические показатели характеризуют машину в системе "человек -машина" и оценивают ее приспособленность к гигиеническим, антропометрическим, физиологическим и психологическим свойствам человека. Включают четыре подгруппы показателей:

 а) гигиенические - оценивают приспособленность машины к гигиеническим условиям жизнедеятельности и работоспособности человека при взаимодействии его с машиной. К ним относятся показатели освещенности, температуры, влажности, запыленности, излучения, шума, вибрации, перегрузок (ускорений) и др.;

б) антропометрические - определяют приспособленность машины к размерам, форме и массе тела человека;

в) физиологические определяют соответствие машины физиологическим свойствам человека и особенностям функционирования его органов чувств. Эти показатели оценивают соответствие силовым, скоростным, зрительным, слуховым и осязательным возможностям человека;

 г) психологические определяют соответствие психологическим особенностям, то есть возможностям по восприятию и переработке

Эстетические показатели характеризуют такие свойства: выразительность, целостность композиции, рациональность формы, совершенство исполнения и стабильность товарного вида. Включают четыре подгруппы показателей: выразительности - художественная выразительность, соответствие моде и др.; рациональности формы например, соответствие внешнего вида машины ее структуре и конструкции; целостности композиции - взаимосвязь и целостность элементов, пластичность внешнего вида и др.; совершенства исполнения и стабильности товарного вида - тщательность нанесения покрытия, отделки.

Все эти показатели оцениваются экспертной комиссией.

Показатели технологичности характеризуют свойства машины, которые определяют затраты труда, материалов, денежных средств при подготовке её производства, при изготовлении и эксплуатации.

Основные показатели - трудоемкость, материалоемкость, себестоимость; дополнительные - транспортабельность и унификация. Основные показатели могут быть; суммарными - в сумме на одну машину; удельными - на единицу ее основного параметра; сравнительными - по отношению к базовой модели. Показатели транспортабельности характеризуют приспособленность машины к транспортированию, а также к подготовительно-заключительным операциям, связанным с транспортированием.

К показателям унификации относятся: коэффициент применяемости и коэффициент повторяемости

Показатели безопасности характеризуют безопасность работы человека при эксплуатации машин. Это такие показатели, как вероятность безопасной работы в течение определенного периода времени; время срабатывания защитных устройств; сопротивление изоляции токоведущих частей.

Экономические показатели характеризуют промежуточные и конечные народнохозяйственные результаты создания и эксплуатации машин, определяют целесообразность формирования большинства их технических и эксплуатационных параметров. В этом состоит особая значимость данных показателей.

В группу экономических показателей входят: затраты на разработку, изготовление и эксплуатацию, рассчитываемые как приведенные затраты и характеризуют экономичность машины на каждой из этих стадий; капитальные вложения потребителя, связанные с приобретением и монтажом машины; удельные приведенные затраты на единицу полезного эффекта машины, характеризующие народнохозяйственные издержки на единицу продукции или работы производимые с помощью машины, или, иными словами, эффективность данной машины; экономический эффект от улучшения качества продукции, получаемый предприятием-изготовителем.

В составе рассмотренных выделяют показатели натуральные (срок службы в годах, вероятность безопасной работы в процентах, соответствие в баллах) и стоимостные (затраты на разработку, капитальные вложения).

Деление на единичные и комплексные показатели связано с количеством оцениваемых одним показателем свойств. Единичные показатели оценивают одно свойство. Комплексные показатели измеряют несколько свойств. Они делятся на групповые и обобщающие, а также на аналитические и искусственные. Групповые оценивают часть свойств, а обобщающие - всю их совокупность в целом. Аналитические представляют собой логически выведенные показатели, оценивающие комплексное (групповое или обобщающее) свойство и имеющие, как правило, реальный смысл. Искусственные показатели основаны на расчете средневзвешенных безразмерных величин, обобщающих значения ряда единичных и групповых показателей. Искусственные показатели применимы для тех видов продукции, для которых отсутствует или пока еще не найден аналитический показатель, оценивающий их качество в целом.

Прогнозируемые показатели - это установленные заранее с помощью методов прогнозирования ориентировочные значения показателей.

Проектные (плановые) значения показателей, принятые в соответствующей документации.

Производственные и эксплуатационные показатели оценивают свойства продукции, проявляющиеся на соответствующей стадии.

**1.4 Понятие и функции управление качеством продукции**

Управление качеством продукции (УКП) - действия, осуществляемые при создании и эксплуатации продукции в целях установления, обеспечения и поддержания необходимого уровня ее качества.

Первоначальным этапом УКП является установление уровня качества продукции, обеспечивающего получение при ее создании и использовании наилучших результатов. УКП состоит в определении цели, которая должна быть достигнута в процессе создания и использования продукции. Эти действия должны охватывать все стадии жизненного цикла продукции, поскольку на каждой из них существует множество, факторов и условий, определяющих качество продукции и поддающихся воздействию ее изготовителей.

Второй этап УКП состоит в обеспечении требуемого качества продукции посредством осуществления на всех стадиях жизненного цикла продукции комплекса соответствующих мер.

Процессы разработки, внедрения и особенно процессы изготовления и эксплуатации продукции подвержены влиянию ряда объективных и субъективных факторов, постоянно отклоняющих ее уровень от заданной величины. Поэтому третий этап заключается в поддержании необходимого уровня качества и обеспечении его стабильности на протяжении всего пери производства и эксплуатации продукции за счет действий, направленных на максимально возможное устранение влияния факторов, отклоняющих управление качеством от заданной величины.

Функции УКП:

* 1. прогнозирование потребностей, показателей технического уровня и качества продукции;
	2. планирование улучшения качества продукции;
	3. аттестация качества продукции, ее узлов и деталей;
	4. разработка, конструктивная подготовка и постановка продукции на производство, освоение производства;
	5. технологическая подготовка производства;
	6. материально-техническое обеспечение;
	7. метрологическое обеспечение (единство и точность измерения средств производства и качества продукции);
	8. подбор, расстановка, воспитание и обучение кадров;
	9. обеспечение стабильности качества продукции;
	10. организация хранения, транспортировки, эксплуатации и ремонта продукции;
	11. стимулирование улучшения качества продукции;
	12. контроль качества продукции и материалов;
	13. государственный надзор за соблюдением требований стандартов и технических условий ТУ;
	14. правовое обеспечение УКП.

Все эти функции должны осуществляться: на всех стадиях жизненного цикла продукции и на всех уровнях народного хозяйства, то есть при управлении качеством в масштабах государства, отрасли и объединения (предприятия).

**1.5 Сертификация качества продукции**

В 1993 г. Кабинет Министров Украины принял Декрет «О стандартизации и сертификации». Этим Декретом введены обязательная и добровольная сертификация качества продукции. Обязательная сертификация введена для продукции, товаров, как отечественного производства, так и экспортируемых, включенных в соответствующий перечень.

Сертификация качества - это проверка соответствия продукции обязательным требованиям нормативных документов, проводимая исключительно в государственной системе сертификации. Обязательная сертификация включает проверку и испытание продукции, а также последующий государственный надзор за сертифицированной продукцией Испытания с целью обязательной сертификации проводятся аккредитованными испытательными лабораториями.

При положительных результатах сертификации выдается сертификат соответствия, который дает право ввозить (если это импорт) и реализовывать продукцию, а также маркировать ее специальным знаком соответствия Сертификаты выдает Госкомстандарт и уполномоченные им организации. Затраты на оплату работ по сертификации продукции относятся на себестоимость.

Импортируемая и подлежащая обязательной сертификации продукция должна сопровождаться сертификатом, который подтверждает ее соответствие обязательным требованиям нормативных документов, действующих в Украине. Для импортируемой продукции допускаются два варианта: или органами Госкомстандарта Украины подтверждается правомочность сертификата выданного иностранным сертификационным центром, или производится сертификация украинской организацией с выдачей национального сертификата.

Для ввоза на территорию Украины продукции, подлежащей обязательной сертификации, импортеру следует заблаговременно обратиться в органы Госкомстандарта. Полученный или подтвержденный сертификат предъявляется вместе с грузовой таможенной декларацией для таможенного оформления груза.

Если на момент ввоза продукции сертификат отсутствует, то предоставляется отсрочка на его получение. При этом груз помещается на лицензионный таможенный склад с соответствующей оплатой этих услуг. В случае, когда такого склада нет, можно поместить груз на свой склад, но под таможенный контроль.

Нарушение установленного порядка сертификации продукции влечет за собой наложение штрафных санкций органами Госкомстандарта. Предусмотрено, что за реализацию продукции, которая подлежит, но не прошла обязательную сертификацию, предприниматель оплачивает штраф в размере 25 % стоимости реализованной продукции. В то же время выпуск и реализация такой продукции вообще запрещены. Контроль за оплатой наложенного штрафа осуществляется налоговой инспекцией, которой передается постановление органа Госкомстандарта о наложении штрафа.

Выпуск или реализация продукции, не соответствующей требованиям стандартов, норм, правил, а также сертификатам соответствия, влечет за собой наложение штрафа на должностных лиц предприятий, учреждений, организаций независимо от форм собственности, граждан-собственников предприятий или уполномоченных ими лиц от 20 до 100 минимальных размеров заработной платы (ст. 3 Закона «О внесении изменений и дополнений в Кодекс Украины, об административных правонарушениях»). С 1.07.95 г. этот штраф измеряется в необлагаемых минимумах доходов граждан.

Срок действия сертификата устанавливается органом Госкомстандарта по сертификации и может быть различным..

Перечень продукции, подлежащей обязательной сертификации в Украине.

1. Бытовое и аналогичное оборудование и комплектующие изделия к нему.
2. Светотехническая продукция и комплектующие изделия к ней.
3. Ручные электромеханические машины и переносные станки.
4. Аппаратура радиоэлектронная бытовая.
5. Видео - телевизионная и дисплейная техника.
6. Инструмент строительно-монтажный электрифицированный.
7. Оборудование технологическое для пищевой, мясомолочной промышленности.
8. Медицинская техника.
9. Игрушки.
10. Средства моющие синтетические.
11. Тракторы малогабаритные и мотоблоки.
12. Двигатели тракторов и сельскохозяйственных машин. Оборудование металлообрабатывающее и деревообрабатывающее
13. Сварочное оборудование.
14. Машины электрические.
15. Велосипеды, коляски детские.
16. Технические средства охранной и охранно-пожарной сигнализации
17. Аппаратура проводной связи.
18. Кино - и фототехника.
19. Посуда из черных и цветных металлов, фарфора и фаянса.
20. Средства автоматизации и механизации контрольно-кассовых операций и конторское оборудование.
21. Бытовая аппаратура, работающая на твердом, жидком и газообразном топливе.
22. Дорожные транспортные средства, их составляющие и приборы.
23. Машины сельскохозяйственные для растениеводства, животноводства птицеводства и кормопроизводства.
24. Источники света.
25. Химико-фотографическая продукция.
26. Сварочные материалы.
27. Товары легкой промышленности.
28. Пищевая продукция и продовольственное сырье.
29. Нефть и нефтепродукты.

**1.6 Методы оценки уровня качества продукции**

В целях получения полного представления о качестве продукции, необходимо, прежде всего, количественно выразить все ее свойства, а значит, нужно рассчитать принятые для данного товара единичные и групповые показатели. Значения этих показателей позволяют оценить различные стороны товара. Однако изучение его качества будет незаконченным и неполным, если не дать совокупную, обобщенную и однозначную оценку всех свойств одновременно, не оценить его качество в целом. В то же время найти конкретные пути повышения уровня качества, можно только рассчитав единичные и групповые показатели качества и определив их отставание или опережение по сравнению с показателями ЛМО.

При оценке уровня качества используют три метода: 1) дифференциальный; 2) комплексный; 3) смешанный.

Дифференциальный метод основан на непосредственном использовании единичных показателей. Дифференциальный метод прост и, главное, позволяет выявить отставание или опережение по каждому свойству, составляющему качество, а отсюда - определить пути дальнейшего улучшения качества товара.

Вместе с тем этот метод не дает однозначного ответа на вопрос о преимуществе того или иного товара, т. к. практически всегда по одним качественным параметрам лучше одна из них, а по другим – другая. Однозначный ответ можно получить только тогда, когда все показатели оцениваемого товара лучше или хуже базовых. В остальных случаях необходимо дальнейшее исследование уровня качества другими методами.

Комплексный метод основан на расчете комплексного показателя, может быть представлен главным средневзвешенным или интегральным показателями. Комплексный показатель обобщает все или часть единичных показателей.

Главный показатель характеризует основное или одно из основных сложных свойств товара, зависящее от ряда его важных простых свойств.

Получаемая с помощью главного показателя характеристика качества имеет реальный смысл, отражает, как правило, основные технико-эксплуатационные свойства товара и дает важнейшую оценку ее качества. Однако практически невозможно свести к главному показателю все свойства, составляющие качество. Поэтому при таком измерении уровня качества обеспечивается лишь частичная оценка качества машины.

Средневзвешенный показатель основан на использовании математических методов определения средней величины единичных показателей.

Средневзвешенные показатели применяются в тех случаях, когда качество характеризуется большим числом разнообразных показателей. Если в средневзвешенный показатель входит только часть единичных показателей качества, то это групповой средневзвешенный показатель, а если все — то обобщающий.

Основным преимуществом комплексного метода с использованием средневзвешенных показателей, обеспечившим ему довольно широкое применение, является возможность одновременного учета любых и в любом количестве единичных показателей.

Однако этот метод имеет ряд существенных недостатков, снижающих точность и достоверность получаемой оценки.

Во-первых, имеет место субъективизм в установлении коэффициентов весомости. Во-вторых, взаимообусловленность ряда единичных показателей приводит к многократному учету одних и тех же свойств в комплексном показателе.

 Наиболее полную оценку качества товара обеспечивает показатель, учитывающий всю совокупность затрат на его создание и эксплуатацию и сопоставляющий эти суммарные затраты с результатом их осуществления - полученным за весь период ее использования полезным эффектом. Таким показателем является интегральный показатель качества продукции.

Интегральный показатель качества – это отношение суммарного полезного эффекта от эксплуатации (потребления) продукции к суммарным затратам на ее создание и эксплуатацию (потребление), или обратное соотношение. Однако на формирование этих свойств израсходованы определённые средства. Значит, косвенно и они влияют на экономичность. Поэтому интегральный показатель обеспечивает однозначную экономическую оценку качества. Важно, что оценка производится по уровню экономической эффективности машины. Такой подход полностью соответствует роли улучшения качества машин как одному из наиболее результативных направлений непосредственного повышения эффективности производства.

Все это убедительно свидетельствует о необходимости рассматривать интегральный показатель качества как наиболее важный для измерения уровня качества машины.

**ГЛАВА 2**

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ**

**2.1 Понятие конкурентоспособности продукции**

Конкурентоспособность - это обусловленное экономическими, соци­альными и политическими факторами устойчивое положение страны или това­ропроизводителя на внешнем и внутрен­нем рынках, которое отражается через показатели, характеризующие такое со­стояние и его динамику. Конкуренто­способность экономики концентриро­ванно выражает экономические, научно-технические, производственные, орга­низационно-управленческие, маркетин­говые и другие возможности предпри­ятий и экономики в целом. Эти воз­можности реализуются в товарах и услу­гах, противостоящих аналогам, сопер­ничающим на внутреннем и внешнем рынках, что является результатом реа­лизации государственного общественно­го строя страны, меру ее способности обеспечить стабильное динамичное раз­витие экономики и уровень благосостоя­ния членов общества.

Различают конкурентоспособность экономики страны, отраслей, предпри­ятий, товаров (продуктов, услуг). Оценивают конкурентоспособность страны по восьми факторам:

1. Внутренний макроэкономический потенциал;
2. уровень участия в международной торговле и потоке инвестиций;
3. степень влияния государственной политики на создание конкурентной среды;
4. качество и эффективность финансо­вой системы;
5. состояние инфраструктуры;
6. уровень управления (с позиций но­вовведений, прибыльности и ответст­венности);
7. научно-технический потенциал (с точки зрения успешности фундамен­тальных и прикладных исследований);
8. состояние и квалификация трудо­вых ресурсов.

Уровень развития экономики опре­деляется удельным весом производимых в государстве конкурентоспособных то­варов (предметов и услуг). Их объем производства и реализации является обобщающим показателем жизнестой­кости предприятия, его умения эффек­тивно использовать финансовый, произ­водственный, научно-технический и трудовой потенциал.

Конкурентоспособность товараможно определить как совокупность по­казателей, обеспечивающих разработку, производство, реализацию и послереа­лизационное обслуживание товара с целью удовлетворения необходимого потребительского спроса и получе­ния целевой прибыли предприятия; либо как совокупность качественных и стоимост­ных характеристик изделия, обеспечи­вающих удовлетворение конкретной по­требности покупателя.

Конкурентоспособный то­вар имеет характеристики лучше сред­них на данном рынке прежде всего по качеству, цене, условиям поставки и оп­латы, сервисному обслуживанию, на­дежности в использовании и эксплуата­ции, экологии. Абсолютно конку­рентоспособный товар - это новый инно­вационный товар, не имеющий аналога на рынке и приемлемый для потребите­ля по качеству, стоимости, удовлетворе­нию общественно полезных потребно­стей потребителей (группы, сегмента рынка), располагающих покупательной способностью.

Конкурентоспособность предпри­ятия *-* это возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее прак­тической прибыльной реализации в ус­ловиях конкурентного рынка.

Конкурентоспособность примени­тельно к отрасли промышленного про­изводства–это обладание свойствами, которые формируют ее преимущества в экономическом соревновании с другими отраслями за потребителей (рынки сбы­та) и различные ресурсы, используемые для организации нормального функцио­нирования отрасли. Производственные процессы включают все этапы жизнен­ного цикла продукции от проектно-конструкторской разработки до реали­зации и послеконтрактного обслужива­ния. "Конкурентоспособность ук­раинской продукции (услуг) определяет конкурентоспособность предприятий, а значит, и экономики государства вообще в интерэкономике" - отмечает В. Андрийчук.

Другие утверждают, что ведущая роль в формировании конкурентоспо­собности предприятий, отраслей и соот­ветствующих товаров принадлежит макроэкономическому уровню (уровень государства), на котором -определяются экономические, правовые и другие важ­нейшие условия функционирования всей хозяйственной системы.

Конкурентоспособ­ность – это важнейший обобщающий показатель уровня экономики, своеобразный рейтинг её в соотношении с мировыми лидерами, национальными, региональными, которые характеризуют все стороны социально-экономического функционирования общества

Согласно исследованиям М.Г. Делягина, конкуренция в современных условиях на международных рынках может быть представлена в виде пяти уровневой пирамиды, в которой:

**I уровень** - конкуренция новых технологических принципов. Данный рынок является пре­имущественно внутренним для трансна­циональных корпораций (ТНК) США и частично Великобритании. Контролиру­ется коммерчески и организационно ТНК и соответствующими правительст­вами и международными организация­ми. Обеспечивает сверхвысокие прибы­ли, по своей природе аналогичные ренте;

**II уровень** - контроль процесса реа­лизации новых технологических прин­ципов (технологий). Имеют место боль­шие поступления на рынке, но продажи носят неполный характер. Реализуется право использования, но не право на производство и "ноу-хау";

**III уровень** -уникальные потреби­тельские товары, сложное технологичес­кое оборудование, высокопрофессиональные и высококвалифицированные услу­ги, поступающие на открытый рынок.

IV уровень - менее уникальные то­вары, технологии, услуги, поступающие в открытые рынки;

**V уровень -**  (основание пирамиды) -сырьевые товары или продукция перво­го передела. Рынки контролируются по­требителями. Он наиболее подвижен и наименее стабилен. Обладает высоким стратегическим риском. Здесь сосредо­точены товары сферы быта, социальной сферы, потребительские товары.

Особой, относительно новой сферой жесткой конкуренции является инфор­мация, мировой рынок финансов. По мнению зарубежных и отечественных исследователей, информацион­ные поля монополизируются корпора­циями, обладающими современными информационными технологиями, вы­сокоразвитыми средствами массовой информации (СМИ). Финансовые рынки монополизируются крупнейшими фи­нансовыми группами мирового масшта­ба, имеющими поддержку правительст­ва своих стран, где они являются рези­дентами.

**2.2 Экспортный потенциал**

Конкурентоспособность создает предпосылки для форми­рования экспортного потенциала. Одна­ко с позиции нормального развития рыночной экономики целесообразно и необходимо вначале наполнить внутрен­ний рынок конкурентоспособными това­рами (продукцией, услугами), а их из­лишек предложить на мировые между­народные рынки, где конкурентоспособные по мировым стандартам товары вступают в конкуренцию со своими ана­логами или их заменителями и выигры­вают. Нельзя относить к экспортному потенциалу товары, которые поставля­ются на международные рынки при ус­ловии их дефицита на внутренних рын­ках

Приоритетными государствен­ными мерамипо увеличению экспорт­ного потенциала должны стать:

1. Совершенствование нормативной и правовой базы регулирования внешне­экономической деятельности;
2. Структурная перестройка народного хозяйства, его ориентация на "высокие технологии";
3. Развитие законодательства в ин­формационной сфере;
4. Защита отечественного товаропро­изводителя от экономической интервен­ции иностранных корпораций;
5. Обязательная экспертиза торгово-промышленной палатой Украины всех импортируемых товаров;
6. Создание на коммерческой основе при министерствах и ведомствах цен­тров отраслевых и межотраслевых ис­следований конъюнктуры соответст­вующих видов товаров на мировых рын­ках, разработка и реализация мероприя­тий, создание межотраслевых центров информации;
7. Введение выдачи государственных гарантий на кредиты по участию в меж­дународных тендерах;
8. Введение в действие финансово - экономического механизма освобожде­ния отечественных товаропроизводителей в течение двух-трех лет от налога на прибыль, полученную от прироста объе­ма экспортной продукции, обеспечение возмещения экспортно-импортного НДС в месячный срок;
9. Разработка и внедрение антидем­пингового кодекса Украины;
10. Заключение договоров наибольшего благоприятствования в торговле с сосед­ними государствами, с высокоразвитыми странами;
11. Разработка и внедрение гибкого ме­ханизма государственного регулирования реэкспорта продукции в третьи страны с использованием методов та­рифного и нетарифного регулирования;
12. Разработка и реализация целевых программ создания и поддержки науко­емких производств и "высоких техноло­гий";
13. Разработка и реализация системы мер - таможенных, налоговых, инвести­ционных, которые способствуют увеличению критического импорта техноло­гий, а не устаревшего оборудования;
14. Поддержка формирования конку­рентоспособных корпораций, кластеров, сетей;
15. Реализация транспортной политики путем использования единых железно­дорожных тарифов на грузоперевозки с сопредельными государствами бывшего Союза ССР на отечественные товары и экспортно-импортные товары

Приоритетными отраслевыми направленияминаращивания экспорт­ного потенциала должны стать:

1. Высокотехнологические наукоемкие отрасли машиностроения;
2. Черная и порошковая металлургия;
3. Производство сверхтвердых мате­риалов;
4. Электросварочное производство;
5. Информатика и связь;
6. Научно-технические разработки, "ноу-хау", патентно-лицензионная тор­говля;
7. Легкая и пищевая промышленность;
8. Продукция конверсионных пред­приятий оборонного комплекса, а также производство вооружения на экспорт;
9. Производство продукции художест­венных промыслов, народных ремесел, изобразительного искусства;
10. Международные транспортно-экспедиционные услуги и транзитные пере­возки;
11. Система программирования и стра­тегической информации;
12. Лечебно-рекреационные услуги.

**2.3 Методы оценки конкурентоспособности продукции**

С помощью интегрального показателя можно не только однозначно оценить качество изделия, но и дать оценку его конкурентоспособности.

 Конкурентоспособность изделия определяется его способностью завоевать предпочтение покупателя. Если покупатель (потребитель) выбирает из ряда конкурирующих товаров конкурентный товар, то, значит, именно этот товар имеет наиболее высокую конкурентоспособность.

Когда речь идет о технике, машинах, покупатель сознательно (а иногда и подсознательно) выбирает ту модель, которая обладает наибольшей эффективностью, то есть, приносит ему наибольшую экономическую выгоду.

Поэтому с позиции покупателя, более выгодной, а значит, конкурентоспособной является тот товар, который имеет наилучшее значение интегрального показателя. Однако при оценке выгодности покупатель оценивает не затраты на создание товара, а его стоимость (цену приобретения).

Следовательно, для оценки конкурентоспособности интегральный показатель качества (конкурентоспособность) машины рассчитывается с учётом затрат на приобретение машины, включающие ее цену, а также затрат на транспортировку и монтаж.

При оценке конкурентоспособности техники бытового назначения, а также другой продукции (продуктов питания, одежды и т.д.), кроме оценки экономической эффективности, не меньшее, а иногда и основное значение имеют социальные, эргономические, экологические и другие показатели качества. В этих случаях для оценки конкурентоспособности продукции применяются комплексные методы, аналогично комплексным методам оценки качества.

**2.4 Развитие конкуренции в Украине**

Специальное законодательство, которое устанавливает кон­троль за соблюдением условий конкуренции, не­обходимое в сферах, где рыночное саморегулирование не в состоянии обеспечить конкуренцию. В случае природных монополий конкуренции на этих рынках п­репятствует большой объём начальных инвестиций и явление постоянного уменьшения расходов на единицу продукции за счёт увеличения объёмов производства. Процедуры государственных закупок через открытые тендеры образуют условия конкуренции на рынках, где главным потребителем является правительство. ВР установи­ла законы о природных монополиях и государственной закупки. Антимонопольное законодательство является одним из самых старых в Украине, но для его воплощения необходимо определить полномочия и регламен­тировать работу уполномоченных лиц антимонопольных ор­ганов.

Закон «Про природные монополии» от 20 апреля 2000 года даёт определение природных монополий и устанавливает принципы их регулирования. Закон определяет природные монополии как рынки, на которых конку­ренция не приводит к эффективному результату, поскольку затраты на производство единицы продукции всегда уменьшаются с увеличением объёма производства.

К природным монополиям закон относит рынки услуг трубопроводного транспорту, передачу и рас­пределение электрической энергии, инфраструктуру железнодорожного, воздушного, морского и речного транспорта, связи общего пользования, централизованно­го водоснабжения и водоотведения.

Предметом регулирования являются цены на товары, которые производят субъекты природных монополий, и доступ потребителей этих товаров.

Для регулирования деятельности субъектов природных мо­нополий закон предусматривает образование соответствующих национальных комиссий. Таким образом, в добавок к Национальной комиссии по вопросам регулирования электро­энергетики должны быть основаны еще хотя бы две комиссии - по вопросам регулирования транспорта и связи.

Задание комиссий - осуществлять регулирования цен на принципах самоокупаемости субъектов природных монополий и защиты прав потребителей. Комиссии также должны раз­рабатывать и внедрять механизмы соревнования между субъектами природных монополий, которые бы заменяли конкуренцию.

Важным фактором успеха регулирования природных монополий является независимый статус комиссий. Регулирования природных монополий заключается в том, чтобы сбалансирова­ть интересы потребителей и субъектов природных моно­полий. Комиссии смогут добиться этого баланса, если не одна со сторон не будет иметь привилегий во влиянии на решение комиссии.

Согласно с законом комиссии являются центральными органами исполнительной власти со специальным статусом. Главу и членов комиссии назначает Президент Украины по представлению премьер-министра. Срок полномочий главы и членов комиссии составляет шесть лет. Такие условия способствует независимости комиссий с регулированием природ­ных монополий.

.

Что касается государственных закупок, которые также влияют на развитие конкуренции, то принятый 22 февраля 2000 года Верховной Властью Закон Ук­раины „Про закупку товаров, работ и услуг за государственный счёт» будет обеспечивать разграничение бюджетного и частного секторов через развитие контрактных отношений между организациями, которые финан­сируют исключительно государство, и частными предприятиями. Закон составлено в соответствии с директивами ЄС и Соглашения про государственные закупки Мировой организации торговли.

Воплощение закона будет способствовать большей конкуренции за счёт введения таких процедур:

1. предоставлять предпочтение открытым торгам как основного способа осуществления государственных закупок. В откры­тых торгах берут участие все заинтересованные предприятия, которые знакомы с объявлением про прове­дения закупок. Государственная организация - заказчик обязана опубликовать объявление в «Вестнике государственных закупок”, и др. средствах массовой информации;
2. подготовка тендерной документации. Бюджетная ор­ганизация — заказчик объявляет тендерные условия и критерии оценки тендерных пропозиций. Такими кри­териями является самая низкая цена, срок поставки, качество, обслуживание после продажи, условия расчётов и т.д. По мере возможности критерии должны быть представлены в количественном измерении;
3. оглашение результатов тендера подачи ежегодного отчёта про государственные закупки.

Закон, провозглашая одинаковые условия участия отечественных и иностранных исполнителей в государственных за­купках, одновременно опускает льготы для отечественных исполнителей при условии, если стоимость закупок не превышает установленную границу. Для товаров эта граница составляет 200 тис. евро. для услуг - 300 тис. евро, дляработ - 4 млн. евро. Такая практика не противоречит Соглашению про государственные закупки Мировой Организации торговли.

Воплощение закона будет стимулировать лучшее планирование и использование бюджетных ресурсов.

Антимонопольное законодательствоявляется одним из самых старых в Украине. Законы «Про ограничение монополизма и не допуске недобросовестной конкуренции в предпринимательскойдеятельности» и «Про Антимонопольный комитет» были приняты в 1992-1993 годах. Поло­жения этих законов касательно полномочий Антимонопольного комитета (АМК) противоречили Конституции и действующему законодательству.

Парламент Украины принял Закон «Про внесение изменений к ЗаконуУкраины «Про Антимонопольный комитет Украины». Изменения привели нормы Закона «Про Антимо­нопольный комитет» в соответствие со статьёй 92 и 106 Конституции Украины. В соответствии со статьёй 92 Конституции Украины правила конкуренции и нормы антимонопольного регулирования с этих пор должны быть установлены исключительно законами Украины.

**Заключение**

Качество продукции является важнейшей экономической категорий рыночной экономики. От уровня качества изделий зависит, прежде всего, их конкурентоспособность, а значит и все конечные результаты деятельности предприятия изготовителя. Кроме того, качество продукции определяет темпы научно – технического процесса в отраслях использующих ее, и в конечном итоге – уровень удовлетворения потребностей народного хозяйства и населения.

Улучшение качества обеспечивается путем комплексных, взаимосвязанных, постоянно осуществляемых мер управление качеством. Применяемые на предприятиях системы управления качеством направлены на установление, обеспечение и поддержания необходимого уровня качества продукции при её проектировании, изготовлении, обращении и потреблении (эксплуатации).

Основным средством конкурентной борьбы служит именно качество продукции, улучшение которого повышает её конкурентоспособность, расширяет рынки сбыта, дает возможность повышать цену продукции, обеспечивая при этом выгоду потребителю.

Оценка качества изделий представляет собой всестороннее исследование их свойств. Система показателей качества позволяет охарактеризовать каждое из них и оценить качество в целом. Измерение уровня качества необходимо как для оценки конкурентоспособности изделий, так и для выбора наилучших из ряда альтернативных.

Конкурентоспособ­ность является интегральным показате­лем развития экономики на уровне госу­дарства, отраслей, регионов, предпри­ятий, экономических, научно-техни­ческих, качественных, экологических характеристик товаров (продукции, ус­луг) на международных и внутренних рынках. Нормальным является состоя­ние, когда товары (продукция, услуги), поставляемые на внутренние рынки, со­ответствуют международным стандар­там и являются конкурентоспособными на международных рынках. В этих во­просах необходимо тесное сотрудничест­во органов государственного управления и предприятий (корпораций, организа­ций, фирм). Конкурентоспособность на внутренних рынках не всегда совладает с конкурентоспособностью на междуна­родных рынках. Это общеизвестно. Вме­сте с тем, возможны случаи, когда това­ры (продукция, услуги), конкурентоспо­собные на мировом рынке, могут быть либо не востребованы, либо неконкурен­тоспособны на внутреннем рынке из-за его неразвитости, ограниченной плате­жеспособности, несовершенства системы ценообразования, низкого общего тех­нического уровня обрабатывающих про­изводств и т.д. Особенно это касается интеллектуальной деятельности, тесно связанной с экономической и социаль­ной безопасностью государства.

**Список использованной литературы**

1. Экономика предприятия: Учебн. пособие. (П.А. Орлов и др.); Под общей ред. П.А. Орлова. – Х.: РИО ХГНУ, 2000. – с. 401.
2. Чепінога В.Г., Основи економічної теорії: Навч. посіб. – К.: Юринком Інтер, 2003. – 456 с.
3. Афанасьев Н.В., Гончаров А.Б., Экономика предприятия: Учебн. пособие. – Х.: ИД «ИНЖЭК», 2004. – 528 с.
4. ХГЭУ, Научный журнал «Вісник» сент. 1999г. № 3 (11)
5. В. Г. Голубєва, Вісник Вінницького політехнічного інституту, № 6, 2001 р.
6. В.В. Дементьєв, Наукові праці Донецького державного технічного університету, серія: економічна. Випуск – 46. – Донецьк, Дон. НТУ, 2002. – 216 с.
7. Ю. Коваленко, жур. „Економіст”, № 9. – К., 2001.
8. Ю.Б. Иванов, Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночных отношений, - Х.: РИО ХГЭУ, 1997. – 246 с.