Министерство образования Новосибирской области

ГБПОУ НСО «Новосибирский авиационный технический колледж имени Б.С. Галущака»

**Качество и конкурентоспособность продукции**

Самостоятельная работа

Стандартизация, сертификация и техническое документирование

НАТКиГ.501016.010.000СР

Разработал: Саая А.О.

Группа: ПР-21.102

Преподаватель:

Терехова А.А.

2023

**Содержание**

[1 Введение 3](#_Toc152851982)

[**2 Суть и значение качества продукции** 4](#_Toc152851983)

[**2.1 Понятие качества труда и качества продукции** 4](#_Toc152851984)

[**2.2 Главные аспекты качества продукции** 5](#_Toc152851985)

[**2.3 Показатели качества продукции** 7](#_Toc152851986)

[**2.4 Понятие и функции управление качеством продукции** 11](#_Toc152851987)

[**2.5 Сертификация качества продукции** 12](#_Toc152851988)

[**2.6 Методы оценки уровня качества продукции** 15](#_Toc152851989)

[**3 Конкурентоспособность продукции** 18](#_Toc152851990)

[**3.1 Понятие конкурентоспособности продукции** 18](#_Toc152851991)

[**3.2 Экспортный потенциал** 21](#_Toc152851992)

[**3.3 Методы оценки конкурентоспособности продукции** 23](#_Toc152851993)

[**4 Заключение** 25](#_Toc152851994)

[**5 Список использованной литературы** 26](#_Toc152851995)

1 Введение

Под определением качества продукции понимают 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 наравне 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. Другими 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. 

**2 Суть и значение качества продукции**

**2.1 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. 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, 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. Различие 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. «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. 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 пригодности удовлетворять потребности оценивает качество продукции, Пригодность удовлетворять потребности, а значит, и качество продукции измеряются эффективностью ее использования или эксплуатации. 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.

**2.2 Главные аспекты качества продукции**

Существует несколько аспектов качества, так как качество продукции рассматривается с разных сторон.

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

**2.3 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.

**2.4 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 предприятия.

**2.5 Сертификация качества продукции**

Декрет «О стандартизации и сертификации». Этим декретом вводятся 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 Госстандарт 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. Для импортируемой продукции допускаются два варианта: или органами Госстандарта подтверждается правомочность сертификата выданного иностранным сертификационным центром, или производится сертификация организацией с выдачей национального сертификата. Для ввоза продукции, подлежащей обязательной сертификации, импортеру следует заблаговременно обратиться в органы Госстандарта. 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 Госстандарта. 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 Госстандарта о наложении штрафа. Срок действия сертификата устанавливается органом Госстандарта по сертификации и может быть различным..

Перечень  продукции, подлежащей обязательной сертификации.

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.

**2.6 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.  

**3 Конкурентоспособность продукции**

**3.1 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 концентрировано 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 товара можно 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. 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 сосредоточенны 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.

**3.2 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 мерами по увеличению экспортного потенциала должны стать:

* Совершенствование  нормативной и  правовой базы  регулирования внешнеэкономической деятельности;
* Структурная перестройка  народного хозяйства, его ориентация на «высокие технологии»;
* Развитие законодательства  в информационной сфере;
* Защита отечественного  товаропроизводителя от экономической интервенции иностранных корпораций;
* Обязательная экспертиза торгово-промышленной палатой всех импортируемых товаров;
* 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;
* Введение выдачи  государственных  гарантий на кредиты  по участию в  международных тендерах;
* 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;
* Разработка и внедрение  антидемпингового кодекса;
* Заключение договоров  наибольшего благоприятствования  в торговле с  соседними государствами, с высокоразвитыми странами;
* Разработка и внедрение  гибкого механизма государственного регулирования реэкспорта продукции в третьи страны с использованием методов тарифного и нетарифного регулирования;
* Разработка и реализация  целевых программ  создания и поддержки  наукоемких производств и «высоких технологий»;
* Разработка и реализация  системы мер — таможенных, налоговых, инвестиционных, которые способствуют увеличению критического импорта технологий, а не устаревшего оборудования;
* Поддержка формирования  конкурентоспособных корпораций, кластеров, сетей;
* Реализация транспортной политики путем использования единых железнодорожных тарифов на грузоперевозки и экспортно-импортные товары.

Приоритетными отраслевыми направлениями наращивания экспортного потенциала должны стать:

* Высокотехнологические  наукоемкие отрасли  машиностроения;
* Черная и порошковая  металлургия;
* Производство сверхтвердых  материалов;
* Электросварочное  производство;
* Информатика и  связь;
* Научно-технические разработки, «ноу-хау»;
* Легкая и пищевая промышленность;
* Продукция конверсионных  предприятий оборонного  комплекса, а также  производство вооружения  на экспорт;
* Производство продукции  художественных промыслов,  народных ремесел,  изобразительного  искусства;
* Международные транспортно-экспедиционные услуги и транзитные перевозки;
* Система программирования  и стратегической  информации;
* Лечебно-рекреационные  услуги.

**3.3 Методы оценки конкурентоспособности продукции**

С помощью интегрального  показателя можно  однозначно оценить качество изделия 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.

**4 Заключение**

Я думаю что, качество продукции является важнейшей экономической категорий рыночной экономики. От уровня качества изделий зависит, 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. Качество и конкурентоспособность две тесно взаимосвязанные характеристики экономики любой страны, следовательно, экономика страны, а так же всего мира, зависит от этих двух влияющих характеристик и необходимо повышать их для более широкого удовлетворения потребностей и нужд людей всего мира.

**5 Список использованной литературы**

1. Грузинов В.П. «Экономика предприятия» (предпринимательская): Учебник для вузов.- второе издание, переработанное и дополненное.- М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2003.- 795 страниц;
2. Дэниелс Джон Д., ли Х. Радеба «Международный бизнес: Внешняя среда и деловые операции»: перевод с английского/Джон Д. Дэниелс, Ли Х. Радеба.- 6-е изд.- СПб.: Дело ЛТд. 1994-784с;
3. «Цены и ценообразование»: учебник  для вузов/под редакцией В.  Е. Есипова.- 3-е изд. испр. и доп.  – СПб.: Питер, 2000-464с;

[Качество и конкурентоспособность продукции- важнейшие показатели рыночной экономики (stud24.ru)](https://www.stud24.ru/economics/kachestvo-i-konkurentosposobnost-produkcii-vazhnejshie/278318-830068-page2.html)

[Качество продукции и ее конкурентоспособность (Реферат) (natalibrilenova.ru)](https://natalibrilenova.ru/kachestvo-produktsii-i-ee-konkurentosposobnost/?ysclid=lput93of40142655341)

Не защитила, так как заняла 1 место в конкурсе внутри колледжа