

9.3. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Семенов В.Л., к.э.н., доцент кафедры сертификации и менеджмента факультета управления и психологии;
Смирнов В.В., к.э.н., доцент кафедры отраслевой экономики факультета управления и психологии

ФГОУ ВПО «Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова»

В современных условиях важнейшим средством и необходимым условием обеспечения конкурентоспособности продукции является ее качество. При этом активизация деятельности в области управления качеством способствует формированию действенного механизма социально-экономических преобразований как в стране, так и в регионе.

В условиях глобализации экономики качество пронизывает практически все стороны мироздания и является главным фактором экономического развития и социального устройства.

Анализ отечественного и зарубежного опыта свидетельствует о том, что эффективное повышение качества возможно только на комплексной основе, позволяющей объединить в систему множество факторов, от которых зависит конечный результат деятельности конкретного предприятия.

ВВЕДЕНИЕ

Последнее десятилетие XX в. стало для Российской Федерации периодом весьма противоречивых преобразований. Новые, рыночные, условия хозяйствования затронули все сферы экономики страны, в том числе и отрасли материального производства, первичным звеном которых являются промышленные комплексы.

Объективная потребность интеграции страны в мировое экономическое пространство, с одной стороны, и все большая несовместимость используемых способов хозяйствования – с другой, привели к существенным и во многих случаях неоднозначным последствиям:

- наличие всеобщего административного аппарата, организованного по отраслевому принципу;
- общая дезорганизация экономической жизни вследствие разрыва традиционных хозяйственных связей;
- неуклонное падение промышленного производства;
- нехватка внутренних источников капитала накопления;
- резкое падение жизненного уровня населения;
- высокий уровень безработицы;
- несовершенство законов;
- низкая конкурентоспособность выпускаемой продукции и т.д.

Такая ситуация отчасти была создана вследствие неправильной приватизации, несовершенства законодательной базы, а также неспособности государства к определению и поддержке приоритетных направлений развития экономики. В результате вокруг сырьевых отраслей стали объединяться различные финансовые структуры, формироваться холдинги и финансово-промышленные группы, и все инвестиции были ориентированы на сырьевые и топливно-энергетические отрасли. Конъюнктурный подъем таких структур проходил на фоне спада производства в машиностроении, легкой и других отраслях промышленности. В практику вошли банкротство предприятий и их арбитражное управление.

На фоне такого развития, когда ожидаемые результаты от внедрения рыночных механизмов хозяйствования не показали позитивных сдвигов в экономической ситуации страны, остро встал вопрос обеспечения конкурентоспособности российских товаров как гаранта эффективного роста экономики и привлечения дополнительных инвестиций.

В современной управленческой парадигме региональная экономика должна рассматриваться как подсистема системы экономики государства. В свою очередь, региональная экономическая система формируется из подсистем более низкого

уровня, включающих в себя экономическое состояние отдельных хозяйствующих субъектов – качественное состояние конкретных видов товаров (работ, услуг), производимых этими субъектами. Вследствие этого становится очевидным, что конкурентоспособность региональной экономической системы определяется степенью конкурентоспособности товаров (работ, услуг), производимых субъектами рассматриваемого региона.

Развитие науки, техники и технологий предоставляет человечеству принципиально новые возможности в достижении высокого уровня качества продукции и услуг, в улучшении на этой основе материальных, социальных и культурных условий жизни человека и человечества. В связи с этим наблюдается четкая взаимосвязь между качеством и конкурентоспособностью, заключающаяся в том, что качество, являясь основным фактором конкурентоспособности, пронизывает все направления деятельности по ее обеспечению.

Отечественный и зарубежный опыт свидетельствует о том, что обеспечение качества может происходить только на комплексной основе, позволяющей объединить в систему множество факторов, от которых зависит конечный результат деятельности конкретного предприятия.

В настоящее время необходимо руководствоваться вопросами не только обеспечения качества продукции и услуг, но и процессов, персонала, различных видов деятельности, а также качества жизни. Это вызвано тем, что качество пронизывает практически все стороны мироздания и является главным фактором экономического развития, социального устройства, имеет фундаментальное значение для понимания сущности человеческого бытия, для развития духовной культуры общества. Не случайно качество продукции и услуг стало индикатором высокой эффективности труда, источником национального богатства, признаком развитой экономики, а качество жизни признано международным сообществом важнейшей характеристикой уровня развития стран и народов.

Сложность рассматриваемой задачи, наличие множества нерешенных проблем, объективная необходимость их научного осмысления и анализа требуют активизации научных изысканий по такой чрезвычайно важной и сложной теме экономической теории, как обеспечение конкурентоспособности продукции промышленного комплекса РФ и роли и места качества как основного фактора обеспечения конкурентоспособности в этой теории, особенно в условиях переходного периода к рыночной экономике.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Конкурентоспособность – это способность опережать на один шаг прямых конкурентов, поэтому с этим термином непосредственно связано понятие конкуренции.

Как свидетельствуют определения, имеющиеся в отечественной и зарубежной литературе [43, 77, 86, 102, 135, 144 и др.], термин «конкуренция» означает «соперничество», «столкновение». Однако он часто понимается экономистами по-разному. А. Смит вкладывал в это понятие поведенческую категорию, когда индивидуальные продавцы и покупатели соперничают на рынке за более выгодные продажи и соответственно покупки.

Й. Шумпетер утверждал, что с позиций экономического роста конкуренция представляет собой соперничество старого с новым: новые товары, новые технологии и т.д. [162]. Другими словами, конкуренция одновременно приносит очевидные преимущества в стоимости издержек производства и качества и отражается не на величине прибыли или выпуска участвующих фирм, а на жизнеспособности фирмы и на ее основах.

Ф. Найт определял конкуренцию как рыночную ситуацию с достаточно большим числом независимых экономических агентов, что позволяет им сделать выбор лучшего с их же точки зрения.

Широко признано определение конкуренции, данное известным исследователем М. Портером: «Конкурентная стратегия должна основываться на всестороннем понимании структуры отрасли и процесса ее изменения. В любой отрасли экономики – неважно, действует она только на внутреннем рынке или на внешнем тоже, – суть конкуренции выражается пятью силами:

- угрозой появления новых конкурентов;
- угрозой появления товаров-заменителей;
- способностью поставщиков комплектующих изделий торговаться;
- способностью покупателей торговаться;
- соперничеством уже имеющихся конкурентов между собой.

Значение каждой из пяти сил меняется от отрасли к отрасли и предопределяет в конечном счете прибыльность отраслей» [118].

В других работах понятие конкуренции трактуется с иных позиций. Так, Е.Т. Гребнев и А.А. Говорин считают, что «конкуренция – обусловленная общественным разделением труда и обособленностью производителей борьба между ними за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров; одна из экономических форм развития производственных сил в условиях товарного производства; коммерческое соперничество с целью продать больше, чем кто-то другой» [43].

В.П. Тарасов под конкуренцией понимает «соперничество, соревнование между выступающими на рынке предприятиями, имеющее целью обеспечить лучшие возможности сбыта своей продукции, удовлетворяя разнообразные потребности покупателей» [144].

Различные определения конкуренции, как правило, не противоречат, а скорее дополняют друг друга – каждое характеризует установленные рамки экономических исследований, т.е. отдельные признаки конкуренции.

Анализ экономической зарубежной и отечественной литературы указывает, что конкуренция обладает следующими признаками:

- выступает как определяющий фактор в системе воспроизводства качественных технических и экономических параметров на всех этапах жизненного цикла продукции;
- характеризует функцию системообразующей составляющей рыночных отношений, определяя всю совокупность присущих им элементов (издержки производства, формирование цены, адаптивность предприятий и организаций к требованиям рынка, удовлетворение потребности в товарах и услугах и пр.);
- служит фундаментом рыночных методов ведения хозяйства, основой формирования и проявления конкурентоспособности продукции;
- выражает взаимоотношения между однородными субъектами рынка.

Все приведенные признаки в той или иной степени определены в четырех классических моделях конкуренции (совершенная, монополистическая, олигополистическая конкуренции и чистая монополия) [4, 45, 74, 82, 117, 164], которые выражают эволюцию терминологии конкуренции.

В настоящее время экономисты предлагают разную классификацию видов конкуренции [142, 151, 164 и др.]. Р.А. Фатхутдинов классифицирует ее по четырем признакам:

- степень интенсивности;
- форма;
- методы;
- место возникновения [150].

В.Л. Кураков и С.Р. Хисамутдинов выделяют следующие типы конкуренции:

- недобросовестная;

- несовершенная;
- ценовая;
- неценовая;
- предметная [100].

А.И. Ковалев и В.В. Войленко классифицируют конкуренцию по таким признакам:

- место возникновения (внутренняя, международная);
- методы борьбы (ценовая и неценовая);
- по стадиям подготовки и вступления (ожидаемая, прямая, сезонная);
- недобросовестная;
- функциональная;
- видовая и предметная [69].

По нашему мнению, конкуренцию можно разбить на следующие простые, но исчерпывающие для дальнейшего изучения понятия категории:

- методы борьбы;
- время вступления в борьбу;
- правовые формы;
- влияние на потребителя;
- место возникновения;
- модель поведения;
- стратегия борьбы.

Категория методов борьбы

В зависимости от методов конкурентной борьбы выделяют товарную, или ценовую, и нетоварную, или неценовую, конкуренцию.

Наиболее простой вид конкуренции – ценовая конкуренция, то есть борьба между товаропроизводителями за получение дополнительной прибыли путем сокращения издержек производства и соответственно снижения цен на продукцию без изменения ее качественных характеристик. Методы ценовой конкуренции – это контроль над ценами, лидерство в ценах, установление доли влияния на рынке, соглашения, в том числе тайные, и др.

Виды неценовой конкуренции – технический уровень, качество и рыночная новизна, создание товаров-субститутов (заменителей), реклама, послепродажное техническое обслуживание и т.д.

Категория времени вступления в борьбу

В зависимости от стадий подготовки и вступления в конкурентную гонку в условиях рыночных отношений конкуренцию можно классифицировать следующим образом:

- ожидаемая конкуренция, связанная с созданием (конкуренция уже на стадии проектирования) и внедрением новых продуктов на освоенный или новый рынок;
- прямая конкуренция, определяемая прямыми конкурентными отношениями (без посредников);
- сезонная конкуренция, определяемая продажами сезонных видов продукции.

Категория правовых форм

В зависимости от правовых форм различают следующие виды конкуренции [87]:

- недобросовестная конкуренция – это дискриминация конкурентов путем распространения о них ложных слухов, фальсификация товаров, незаконное присвоение товарного знака конкурента, его фирменного наименования или марки, искажение в рекламе сведений об истинных свойствах товаров и возможное при этом некорректное сравнение товаров, самовольное использование или разглашение чужой конфиденциальной научно-технической, производственной, маркетинговой или другой информации, поставки патентно «нечистых» товаров;
- добросовестная конкуренция – конкуренция, основанная на морально-этических и правовых отношениях.

Категория влияния на потребителя

В зависимости от формы удовлетворения потребителей конкуренция подразделяется:

- на функциональную, связанную с тем, что различные товары или услуги по-разному удовлетворяют одну и ту же потребность (например, перевозки речным или авиационным транспортом);
- видовую, когда товары призваны удовлетворять одну и ту же потребность, но существенно отличаются друг от друга свойствами, влияющими на степень удовлетворения (например, отечественные и импортные телевизоры);
- предметную, когда предприятия предлагают покупателям товары, незначительно отличающиеся по цене и качеству, но с одинаковыми параметрами.

Категория места возникновения

В зависимости от места возникновения выделяют конкуренцию:

- внутреннюю, когда соперничество происходит в пределах фирмы между отдельными индивидами, между товаропроизводителями в пределах региона или между регионами в пределах одного государства;
- внешнюю (международную), когда соперничество происходит на уровне нескольких государств или на уровне мирового рынка.

Категория модели поведения

В зависимости от модели поведения различают [142]:

- креативную, основанную на создании элементов новых рыночных отношений, которые обеспечивали бы превосходство над соперниками – новые методы организации производства, новые интегрированные системы управления организацией, товародвижения и т.д.;
- приспособленческую, основанную на учете инновационных изменений в производстве и в попытках упреждения действий конкурентов, связанных с модернизацией производства, когда хозяйствующий субъект стремится прежде всего к копированию действий своих рыночных соперников;
- обеспечивающую, основанную на стремлении хозяйствующих субъектов к сохранению и стабилизации на длительную перспективу достигнутой доли рынка за счет повышения качества продукции, расширения ее ассортимента и т.д.

Категория стратегии борьбы

В зависимости от стратегии конкурентной борьбы А.Ю. Юданов выделяет четыре основных типа стратегии, каждый из которых ориентирован на разное состояние конкурентной среды и различный экономический потенциал предприятия [164]:

- виолентная;
- пациентная;
- эксплерентная;
- коммутантная.

Как констатирует А.Ю. Юданов, впервые термины «виолент», «эксплерент», «коммутант», «пациент» ввел в 1935 г. Л.Г. Раменский при описании теории конкурентной стратегии в биологических системах. Эти термины были адаптированы в экономическую науку английским исследователем Дк.П. Граймом.

По определению вышеприведенных авторов, данные термины имеют следующий смысл:

- виолентная (силовая) стратегия – стратегия конкурентной борьбы, ориентированная на снижение издержек производства за счет эффекта масштаба, т.е. выпуск продукции в огромном количестве (массовое производство), хорошего качества и по низким ценам;
- эксплерентная (пионерская) стратегия – стратегия конкурентной борьбы, ориентированная на радикальные инновации, т.е. создание совершенно новой продукции, являющейся двигателем научно-технического прогресса;

- коммутантная (соединяющая) стратегия – стратегия конкурентной борьбы, предполагающая максимально гибкое удовлетворение наибольших по объему потребностей рынка, т.е. лучшей приспособленности к удовлетворению кратковременных нужд конкретного клиента;
- пациентная (нишевая) стратегия – стратегия конкурентной борьбы, заключающаяся в выпуске ограниченного количества узкоспециализированной продукции высокого качества, т.е. удовлетворение дорогим и высококачественным товаром тех потребителей, которых не устраивает обычная продукция. Пациенты стремятся уклониться от прямой конкуренции с ведущими фирмами и пытаются выискивать недоступные для их конкурентов сферы деятельности, что повышает шансы слабого в соперничестве с сильными. В связи с этим для отечественных фирм эта стратегия может быть принята в качестве предпринимательской философии, так как многие из них сдали свои позиции перед конкурентами, не говоря уже о зарубежных фирмах.

Приведенные категории конкуренции позволяют эффективно проанализировать в первом приближении сложившуюся ситуацию на предприятии и тем самым обеспечить подробный анализ состояния конкурентной среды на конкретном рыночном сегменте.

Как показывает практика, наиболее весомый элемент категорий конкуренции – неценовая конкуренция, выраженная в обеспечении высокого качества продукции. В связи с развитием общества и с переходом на более высокий уровень жизни потребитель отдает предпочтение уже не цене, как это было в 1920-1950-х гг., а качеству. Потребитель хочет видеть в продукции все предполагаемые, а в последнее время и скрытые параметры потребности, которые формируют в его глазах заинтересованность в ее покупке.

Конкуренция возникает, если на одном и том же рынке продается много близких по своим потребительским свойствам товаров – аналогов и субститутов. Суть конкурентной борьбы состоит в улучшении или сохранении позиций фирмы на рынке, что достигается благодаря отличию поставляемых фирмой товаров от товаров конкурентов как по степени соответствия конкретной потребности клиентов, так и по затратам на ее удовлетворение, что выражается в конечном счете в качестве товара, поэтому одним из весомых показателей конкурентоспособности товара является его качество.

Определение конкурентоспособности, как и определение конкуренции, в различных работах экономистов интерпретируется по-разному, поскольку ни объем, ни содержание его как в отечественной, так и зарубежной литературе пока четко не зафиксированы.

Существует много определений конкурентоспособности, например: конкурентоспособность товара – это способность продукции быть более привлекательной для потребителя (покупателя) по сравнению с другими изделиями аналогичного вида и назначения благодаря лучшему соответствию ее качественных и стоимостных характеристик требованиям данного рынка и потребительским оценкам.

Аналогичное определение содержится в методических рекомендациях НИИМаша: «Конкурентоспособностью называется характеристика товара, отражающая его отличие от товара-конкурента по степени соответствия определенной общественной потребности, с одной стороны, а с другой – по затратам на удовлетворение этой потребности» [102].

В Кратком внешнеэкономическом словаре под редакцией О.С. Богдановой под конкурентоспособностью понимается «способность выдержать сравнение с

аналогичными товарами и услугами других производителей и продаваться по ценам не ниже среднерыночных» [77]. Очевидно, что авторы в этом определении констатируют лишь зависимость сбыта от конкурентоспособности и не раскрывают сущности этого понятия.

Р.Б. Ноздрева и А.И. Цыгичко приводят следующее определение конкурентоспособности товара: «Конкурентоспособность – это совокупность характеристик продукта, сопутствующих его продаже и потреблению услуг, отличающих его от продуктов-аналогов по степени удовлетворения потребностей потребителя, по уровню затрат на его приобретение и эксплуатацию» [110].

А.Н. Литвиенко и А.М. Татьяначенко под конкурентоспособностью понимают «...характеристику товара, которая отражает его отличие от товара-конкурента как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение. Показатель, выражающий такое отличие, определяет конкурентоспособность анализируемого изделия по отношению к товару-конкуренту» [96].

Полярную по отношению к вышеперечисленным определениям трактовку понятия конкурентоспособности высказывает Р.М. Тихонов: «...конкурентоспособность по отношению к товару или услуге означает их способность выдерживать конкуренцию, то есть быть выгодно реализованными наряду или вместо других конкурирующих аналогичных товаров или услуг. Конкурентоспособность товара есть не что иное, как возможность его успешной продажи на данном рынке в определенный момент времени» [143].

В этом определении акцент направлен на рыночную ситуацию в конкретный момент времени на конкретном рынке, что мы считаем весьма справедливым (актуальным), но в то же время в определении мало внимания уделяется индивидуальным свойствам товара или услуги.

Г.Г. Азгальдов сопоставляет понятия «качество» и «конкурентоспособность», что, с нашей точки зрения, весьма справедливо, так как основа конкурентоспособности товара – это его качество [2]. Конкурентоспособность изделия, с точки зрения автора, определяется в процессе сопоставления затрат, понесенных покупателем, и результата, им достигнутого при использовании приобретенного изделия.

Р.А. Фатхутдинов определяет конкурентоспособность как «...свойство объектов, характеризующее степень удовлетворения конкретной потребности по сравнению с лучшими аналогичными объектами, представленными на данном рынке» [151, 152]. Автор к множеству объектов относит, помимо продукции, еще и нормативные акты, научно-методические документы, проектно-конструкторскую документацию, технологии, производство, персонал, ценные бумаги, инфраструктуру, информацию. Таким образом, данное определение носит всеохватывающий характер и требует лишь некоторых уточнений в конкретных условиях.

П.С. Завьялов конкурентоспособность рассматривает относительно отдельного товара, что позволяет рассматривать конкурентоспособность при конкретных условиях: «...совокупность качественных и стоимостных характеристик изделия, обеспечивающая удовлетворение конкретной потребности покупателя» [59]. Определение носит частный характер, поэтому спорность определения очевидна.

К. Макконнелл и Ст. Брю вопросы конкурентоспособности продукции рассматривают с точки зрения конкурен-

ции на мировых рынках [98]. Авторы предполагают, что основной признак конкурентоспособности любой продукции – возможность реализации ее по мировым ценам. Однако конкурентоспособность зависит не только от цены и охватывает не только конкурентоспособность на мировом уровне, но и на более низших уровнях.

Таким образом, понятие конкурентоспособности, как и понятие конкуренции, носит многослойный характер, а значит, общепринятое универсальное понятие конкурентоспособности отсутствует.

Для полноты представления проблемы понятия конкурентоспособности как комплексной многоаспектной исследовательской задачи в результате анализа существующих определений был выделен ряд следствий [129].

- Следствие 1. Составляющие конкурентоспособности. Определено, что конкурентоспособность включает три основные составляющие. Одна из них жестко связана с изделием как таковым и в значительной мере сводится к качеству. Другая связана как с экономикой создания сбыта и сервиса товара, так и с экономическими возможностями и ограничениями потребителя. Третья отражает субъективное отношение потребителя как члена той или иной социальной группы.
- Следствие 2. Однозначность товара. Определен статус покупателя как главного оценщика товара, приводящий к очень важному в рыночных условиях следствию: все элементы конкурентоспособности товара должны быть настолько очевидны потенциальному покупателю, чтобы не могло возникнуть неоднозначности в толковании любого из них.
- Следствие 3. Взаимодействие общего и частного в конкурентоспособности. Любой объект характеризуется набором частных показателей, свойств, которые в совокупности образуют общее представление (состояние) объекта, поэтому конкурентоспособность как экономическая категория, относящаяся к какому-либо объекту, обладает частными параметрами, характеристиками, в совокупности образующими общее определение конкурентоспособности, которое носит абстрактный характер (конкурентоспособность продукции – это абстрактное или общее определение, а качество продукции, соответствие продукции требованиям рынка и т.д. – это частные показатели, определяющие ее конкурентоспособность).
- Следствие 4. Релятивность конкурентоспособности. Конкурентоспособность может существовать только для определенного объекта (в нашем случае продукция) в установленный промежуток времени при строго определенных параметрах воздействия, поэтому перед тем как приступить к исследованиям, необходимо четко и адекватно определить объект (или совокупность однородных однотипных объектов) исследования и его среду.

Исходя из анализа различных определений конкурентоспособности с учетом выдвинутых нами следствий, предлагаем следующее определение: «Конкурентоспособность – это способность любого объекта своими характеристиками закономерно опережать параметры аналогичных объектов или объектов-заменителей по степени удовлетворения потребностей, установленных и предполагаемых, при условиях свободного и справедливого рынка». В данном определении свойства характеристик объекта выражаются в виде качества как фактора конкурентоспособности, поэтому можно говорить о понятии «конкурентоспособности качества», а под термином «объект» нужно понимать «то, что может быть индивидуально описано и рассмотрено» [63], т.е. объектом может быть:

- деятельность или процесс;
- продукция;
- организация;
- система или отдельное лицо;
- любая комбинация из них.

Сформулированное определение конкурентоспособности отражает ее сложный, комплексный характер, который раскрывается с помощью следующих утверждений [129].

- Утверждение 1. «Идеальное качество» в конкурентоспособности. Полностью конкурентоспособной может быть признана только такая продукция, которая обладает различными по своей природе показателями, способная удовлетворять не только установленные, но и предполагаемые потребности, т.е. «идеальное или абсолютное качество», поэтому такой продукции в природе нет, есть только стремление к ней.
- Утверждение 2. Субъективное качество в конкурентоспособности. При приобретении товара потребитель останавливает свой выбор на том образце среди аналогичных, который, по его мнению, является более качественным, т.е. в наибольшей степени удовлетворяющем его потребности.
- Утверждение 3. Прогнозирование конкурентоспособности. Для удовлетворения потребителя, а значит, для изготовления конкурентоспособной продукции производитель должен стремиться максимально точно прогнозировать потребности потенциального покупателя, выраженные в качественных характеристиках, учитывающих также менталитет района, региона, страны в целом.
- Утверждение 4. Соотношение величины затрат и конкурентоспособности. Для покупателя товара исключительно важное значение имеет величина затрат, необходимых для удовлетворения соответствующих потребностей. Первоначально более конкурентоспособная продукция будет иметь более высокую цену. Однако для последующего поддержания конкурентоспособности производителю необходимо постоянно снижать как издержки на изготовление продукции, так и издержки потребления при использовании потребителем этой продукции.
- Утверждение 5. Качество как основной фактор конкурентоспособности. При проектировании продукции необходимо закладывать такие характеристики, которые обеспечивали бы высокое качество в глазах потребителя.
- Утверждение 6. Соотношение свободного рынка и конкурентоспособности. Немаловажной причиной, влияющей на конкурентоспособность продукции, является наличие справедливого рынка, а это достигается путем соответствующей политики государства. Путь к конкурентоспособной продукции лежит только через добросовестную конкуренцию. Все это подталкивает, например, к постоянному повышению качества продукции, которая определяет новый уровень жизни общества.
- Утверждение 7. Обеспечение конкурентоспособности по всем этапам жизненного цикла продукции. Реальная конкурентоспособность возможна лишь в том случае, если производители способны эффективно проектировать, производить и распределять товары и услуги, т.е. обеспечивать конкурентоспособность по всем этапам жизненного цикла продукции, одним из основных факторов которой является качество.

Таким образом, на основе вышеперечисленных следствий и утверждений выясняется, что качество является основополагающим составляющим конкурентоспособности продукции и определяет наиболее предпочтительный вариант ее повышения, а в совокупности все вышерассмотренное приводит к следующим четырем вполне очевидным закономерностям [129].

- Закономерность 1. Асимптотичность конкурентоспособности. Из вышеприведенного утверждения 1 следует то, что полностью конкурентоспособный товар (продукция или услуга) существовать не может. Есть только стремление, так как соответствовать предполагаемым потребностям, которые ожидаются на рынке в будущем, может только виртуальный товар, параметры которого на данный момент сформулированы недостаточно четко для его конструктивного и технологического исполнения. Исходя из этого можно сделать вывод о том, что конкурентоспособность товара асимптотически постоянно приближается к идеальной.

- Закономерность 2. Неадекватность оценки конкурентоспособности потребителем. Из утверждения 2 вытекает закономерность, обуславливающая наличие несоответствия, неинформированности потребителя о достижениях научно-технического прогресса. В связи с этим параметры конкурентоспособности товара могут быть не восприняты покупателем адекватно, вследствие чего, в силу действия некоторых географических, социальных и т.п. факторов, потребитель необъективно оценивает конкурентоспособность товара. Исходя из этого, наиболее полно удовлетворяющая потребности потребителя, по его мнению, продукция может быть по своим параметрам менее конкурентоспособной, чем существующие аналоги. Таким образом раскрывается вторая сторона асимптотического проявления товара к идеальному, который был указан в первой закономерности.
- Закономерность 3. Смещение реальной конкурентоспособности от прогнозируемой. Утверждение 3 указывает, что при максимальном стремлении к прогнозируемой потребности производитель не в состоянии точно определить параметры потребности в ближайшем будущем, исходя из чего параметры потребности закономерно будут расходиться с параметрами товара, что определяет отличие реальной конкурентоспособности от идеальной.
- Закономерность 4. Взаимосвязь цены к конкурентоспособности нового товара. Из утверждения 4 вытекает, что цена любого более конкурентоспособного товара всегда будет выше, чем цена существующих аналогичных товаров. Данная закономерность приводит к вторичности цены период качеством в кортеже конкурентоспособности продукции.

Таким образом, анализ исследования понятия конкурентоспособности указывает на необходимость четкого выделения закономерностей в среде, где действует конкурентоспособность как экономическая категория, а одним из наиболее весомых факторов конкурентоспособности товара является его качество.

2. МЕСТО И РОЛЬ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ В СИСТЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА

В общем виде понятие обеспечения конкурентоспособности можно отнести:

- к продукции (товару, услуге);
- предприятию (фирме);
- региону (области, отрасли);
- целой нации (стране, государству).

В отечественной и зарубежной литературе [8, 27, 28, 40, 42 и др.] существует множество трактовок моделей и систем обеспечения конкурентоспособности, рассматривающих в основном конкурентоспособность различных уровней организационных образований либо процесс обеспечения конкурентоспособности на примере конкретной отрасли.

Наиболее простым, но в то же время важнейшим уровнем конкурентоспособности с точки зрения современного системного подхода к управлению является обеспечение конкурентоспособности продукции. На данном уровне происходит локализация обеспечения конкурентоспособности на уровне одного изделия, поэтому в большинстве случаев процессы ее обеспечения не выходят за пределы технологического процесса и предприятия в целом. Это обуславливает простоту данного уровня по отношению к другим, где учитываются многочисленные факторы воздействия внешней среды, однако является фундаментом для развития более сложных последующих уровней.

В мировой практике конкурентоспособность продукции определяется следующими факторами:

- соответствием качества продукции требованиям рынка и конкретного потребителя;

- совокупными затратами на закупку, доставку и эксплуатацию продукции;
- способностью предприятия выполнять поставки в сроки, удобные для потребителя;
- репутацией предприятия на рынке, наличием аргументов, подтверждающих надежность предприятия как партнера, и способностью представить эти аргументы [159].

При оценке конкурентоспособности промышленной продукции удобно составить «дерево свойств» («дерево целей») факторов конкурентоспособности. «Дерево целей» – это упорядоченное представление элементов объекта и отношений между ними, дающее возможность изучать состав объектов, их основные взаимосвязи и уровни иерархии (подчинения) [21, 107, 115, 131]. Для первоначальной оценки конкурентоспособности продукции достаточно остановиться на элементах 1-го уровня «дерева целей» конкурентоспособности (рис. 2.1), к которым относятся качество, назначение, цена [45].

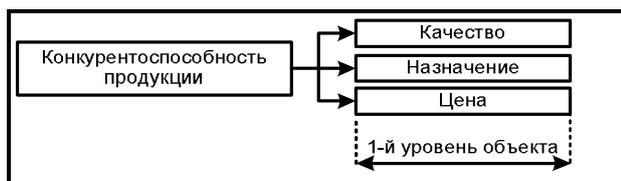


Рис. 2.1. Основные факторы конкурентоспособности товара

В соответствии с определением ИСО-9000 «качество – степень соответствия присущих характеристик требованиям». Под требованием же понимается «потребность или ожидание, которое установлено, обычно предполагается или является обязательным» [64], а требования потребителя могут быть разнообразными.

Качество можно рассматривать как комплексный показатель конкурентоспособности продукции. Высокое качество играет главную роль в неценовой конкуренции товаропроизводителей. На качестве продукции отражаются такие аспекты:

- требования рынка, стандартов и технических условий;
- безопасность для жизни, здоровья людей и охрана окружающей среды;
- высокий технический уровень;
- надежность;
- современный дизайн и эстетико-эргономические характеристики изделия;
- безотказность;
- ремонтпригодность;
- долговечность;
- уровень стандартизации и унификации;
- патентно-правовая защита и т.д.

Назначение определяет круг работ, для выполнения которых предназначено изделие, то есть его функциональные возможности, а следовательно, и круг потенциальных покупателей и конкурентов, для удовлетворения потребности которых оно предназначено.

Цена – денежное выражение стоимости товара. Цена совпадает со стоимостью при совпадении спроса на продукцию с его предложением. Недостаточное предложение товара относительно общественного спроса на него вызывает рост цен выше стоимости, и наоборот, переполнение рынка товарами ведет к падению цены. В условиях рыночной экономики цена устанавливается в процессе конкуренции под воздействием объективных экономических законов, и прежде всего закона стоимости. При ценовой конкуренции низкая цена является гарантом конкурентоспособности продукции.

Изложенные факторы конкурентоспособности продукции необходимо рассматривать в совокупности. Многофункциональное назначение, высокое качество и низкая цена выступают как потребительская стоимость товара и обуславливают высокую конкурентоспособность продукции. Если фактор «назначение» применять как функциональный показатель качества, то основным принципом концепции повышения конкурентоспособности можно принять следующее: «высокое качество – низкая цена».

Конкурентоспособность продукции есть характеристика товара, отражающая его отличие от товара-конкурента как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение [41]. В общем виде основные факторы, оказывающие влияние на конкурентоспособность продукции, можно разбить на две группы, которые, в свою очередь, подразделяются на три подгруппы. Подгруппы в группах функционально взаимосвязаны, а основополагающей подгруппой является качество как основной фактор конкурентоспособности товара, т.е. последующие подгруппы взаимосвязаны с первой.

Таким образом, конкурентоспособность товара можно определить как такое сочетание его потребительской стоимости (полезности для потребителя) и стоимости потребления (цены потребления, включающей в себя наряду с продажной ценой эксплуатационные и другие текущие расходы на протяжении срока службы товара), которое обеспечивает ему успех на рынке по сравнению с такими же товарами других поставщиков, т.е. имеющий по сравнению с другими аналогичными товарами более высокий полезный эффект (табл. 2.1) [12, 75].

Таблица 2.1

ОСНОВНЫЕ ГРУППЫ ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

Названия групп	Подгруппы			Σ
	1	2	3	
Технический уровень продукции	Показатели качества	Цена продажи ≤ цены потребления	Эксплуатационные издержки потребителя	Полезный эффект
Уровень организации производства и управления	Качество сырья, топлива, энергии, комплектующих	Издержки производства	Реклама + система технического обслуживания	

Другими словами, чем выше потребительские характеристики и ниже цена потребления товара, тем выше его конкурентоспособность или достижение оптимального соотношения между качеством изделия и издержками производства, что составляет цель управления конкурентоспособностью.

В самом общем виде конкурентоспособность товара может быть выражена следующей формулой:

$$\text{Конкурентоспособность товара} = \text{Качество} + \text{Цена потребления} + \text{Обслуживание} + \text{Реклама}$$

Таким образом, управление конкурентоспособностью товара означает обеспечение оптимального соотношения названных составляющих, направление основных усилий на первоочередное решение наиболее важной с точки зрения конечного результата задачи (или задач):

- повышение качества;
- снижение издержек производства;
- повышение экономичности и оперативности послепродажного обслуживания, включая рекламу.

В конечном счете, возможность обеспечения необходимого уровня составляющих конкурентоспособность элементов определяется такими важнейшими производственными факторами, как технический уровень продукции, технический уровень производства, уровень организации производства, маркетинга и управления.

Более детальный анализ факторов (элементов) конкурентоспособности продукции позволяет определить дополнительные показатели, которые в совокупности характеризуют сложность и комплексность конкурентоспособности продукции.

В отечественной и зарубежной литературе существует множество трактовок состава элементов и показателей конкурентоспособности [41, 45 и др.]. Так, в монографии И.П. Данилова факторы обеспечения конкурентоспособности представлены в виде группы базовых элементов, выраженных в форме кортежа, как единство взаимодополняющих составных частей целого, комплексное рассмотрение которых приводит к системному определению процесса обеспечения конкурентоспособности [45].

В целом мы согласны с совокупностью этих факторов, определяющих конкурентоспособность, но в свою очередь предлагаем рассматривать конкурентоспособность продукции как совокупность показателей соответствия параметров товара потребностям потребителей P и уровня качества Q :

$$K = \langle P, Q \rangle .$$

Параметр соответствия потребностям потребителей определяется ими субъективно воспринимаемым качеством товара и включает параметры его пригодности с точки зрения субъективных мотивов потребителей и субъективного восприятия ценности товара при его эксплуатации или потреблении.

Уровень качества в данном кортеже в наибольшей степени определяет конкурентоспособность продукции, являясь его объективной характеристикой, и формируется на основе факторов, определяющих его рыночную и производственную стороны:

$$Q = \langle KP, KK, KC, KM, KS, KC \rangle ,$$

где

KP – фактор соответствия параметров продукции перечню требований потребителей;

KK – фактор соответствия значений параметров товара требованиям потребителей;

KC – фактор соответствия цены количественным параметрам товара;

KM – фактор соответствия рыночной позиции количественным параметрам товара;

KS – фактор соответствия параметров продукции социуму;

KC – фактор соответствия параметров продукции параметрам аналогичной продукции лидирующего конкурента (отвечающий современным потребительским запросам).

Данный перечень уровня качества можно принять за факторы его повышения, определяющие конкурентоспособность на региональном уровне, и обозначить как конкурентоспособное качество.

Рассмотрим более подробно некоторые факторы конкурентоспособного качества.

Свободный рынок предоставил потребителю не только право, но и возможность выбора. Любая фирма в настоящее время существует лишь благодаря потреби-

лю, поэтому предприятия должны понимать их текущие и будущие потребности, удовлетворять их требования и стремиться превзойти ожидания. В свою очередь это приводит к следующим ключевым выгодам:

- увеличение доходов и доли на рынке за счет гибкой и быстрой реакции на благоприятные рыночные возможности;
- эффективное использование ресурсов организации, направленных на повышение удовлетворенности потребителей;
- рост приверженности потребителей, приводящий к повторению бизнес-сотрудничества.

Успеха же можно добиться при выполнении следующих условий:

- полное изучение и понимание потребностей и ожиданий потребителей;
- обеспечение связи между целями организации и потребностями и ожиданиями потребителей;
- повышение информированности всей организации о потребностях и ожиданиях потребителей;
- измерение удовлетворенности потребителей и воздействие на результаты;
- систематическое управление взаимоотношениями с потребителями;
- обеспечение сбалансированного подхода при удовлетворении потребителей и других заинтересованных сторон (таких как собственники, работники, поставщики, финансисты, местные круги и общество в целом).

Все ожидания потребителей можно подразделить на три составляющие профиля качества: базовое, желаемое и требуемое [37]. Профиль качества позволяет производителю определить и осознать воображаемые ожидания потребителей в будущем товаре, так как они показывают степень соответствия качества будущего товара параметрам потребности.

Профиль базового качества – это совокупность параметров продукции, наличие которых для потребителя является обязательным, т.е. они должны присутствовать всегда, независимо от того, указывает на них потребитель или нет. Зачастую о таких показателях потребитель не говорит, однако производителю необходимо помнить, что несмотря на то, что эти показатели не отражают ценность товара в глазах потребителя, их отсутствие может повлечь за собой негативную реакцию вплоть до отказа от данного товара. Следовательно, производитель, уделяя мало внимания профилю базового качества, зачастую рискует своим имиджем.

К профилю базового качества относятся показатели безопасности, надежности, безотказности и т.п.

Профиль требуемого качества – это совокупность параметров продукции, определяющих основные требования потребителя к продукции: технические и функциональные характеристики продукта, которые показывают, насколько продукт соответствует тому, что было задумано, а их наличие напрямую влияет на ценность продукта в глазах потребителя. Именно требуемые параметры качества зачастую рекламируются и гарантируются производителем, а удовлетворенность потребителя возрастает, когда значения параметров качества предлагаемого ему продукта выше, чем ожидалось.

Для того чтобы продукт оставался конкурентоспособным, необходимо постоянно совершенствовать его функциональные и технические характеристики, т.е. профиль требуемого качества, что требует постоянного внимания со стороны маркетинговых служб и вовлечения адекватных ресурсов производителя.

Примерами требуемых параметров качества, представляющих технические и функциональные характеристики продукта, например для генераторов, являются:

- номинальная мощность;
- номинальная сила тока;
- начало токоотдачи;
- ресурс до первого капитального ремонта;
- применяемость.

Профиль желаемого качества – это совокупность параметров продукции, представляющих для потребителя неожиданные ценности предлагаемого ему продукта, о наличии которых он мог только мечтать, не предполагая даже о возможности их практической реализации. Особенность желаемых параметров состоит в том, что потребитель не должен придумывать их сам. Как правило, он не требует их, но высоко оценивает наличие в предлагаемом ему продукте.

Параметры желаемого качества часто являются результатом хорошо продуманной комбинации различных передовых технологий и глубокого знания производителем того, что хочет потребитель от продукта и как он его будет и может использовать, т.е. производитель четко должен знать где, когда, для чего и в каких условиях потребитель будет использовать данный продукт. Если продукция, учитывающая желаемое качество, выполнена хорошо, то она может резко увеличить удовлетворенность потребителя, т.е. значительно повысить ее конкурентоспособность. Кроме этого, конкурентоспособность достигается и за счет того, что в течение определенного времени эти параметры желаемого качества будут недоступны прямым конкурентам, до тех пор, пока у них не появится возможность их скопировать.

В настоящее время на первый план выходит удовлетворение скрытых потребностей потребителя – одно из основных моментов достижения успеха в бизнесе. Это связано с тем, что на рынке существует очень много однотипных товаров, и выигрывает тот производитель, который учитывает потребности, которые развиваются у потребителей на уровне подсознания. Они «выливаются» на рынок только при наличии товара, в котором они учтены.

Исходя из вышеперечисленного, первый фактор кортежа конкурентоспособного качества можно представить следующим образом:

$$КП = < КП_{Б.К.}, КП_{Т.К.}, КП_{Ж.К.}, КП_{С.П.} > ,$$

где

$КП_{Б.К.}$ – степень соответствия параметров продукции профилю базового качества;

$КП_{Т.К.}$ – степень соответствия параметров продукции профилю требуемого качества;

$КП_{Ж.К.}$ – степень соответствия параметров продукции профилю желаемого качества;

$КП_{С.П.}$ – степень соответствия параметров продукции скрытым потребностям потребителя.

Если фактор соответствия параметров продукции перечню требований потребителей (КП) оценивает наличие у продукции общих абстрактных требований (например, наличие кондиционера в автомобиле, пишущего CD-ROM в компьютере и т.д.), то фактор соответствия значений параметров товара требованиям потребителей (КК), указывает попадание количественных значений параметров продукции в оптимальную зону значений потребностей (например, кондиционер в автомобиле обеспечивает диапазон температур от +5 С до +25 С, что соответствует диапазону значений потребностей потребителей).

Фактор соответствия цены количественным параметрам товара ($КЦ$) указывает, насколько цена товара со-

ответствует техническому исполнению продукции и сложности технологических и производственных процессов, используемых при ее разработке и изготовлении, поэтому данный фактор учитывает комплексность формирования цены товара, определяющий степень сложности конструкторских разработок, испытаний, производства продукции и т.д.

Фактор соответствия рыночной позиции количественным параметрам товара ($КМ$) определяет степень усилий, затрачиваемых на продвижение товара на рынок. Чем выше количественные показатели качества продукции, тем ниже затрачиваемые усилия на ее продвижение (реклама, организация эффективной сбытовой деятельности и т.д.) и тем выше показатель данного фактора.

Фактор соответствия параметров продукции социуму ($КС$) характеризует учет в параметрах качества продукции индивидуальных требований потребителя, влияния общественного мнения на сознание потребителя, а также менталитета, национально-культурных традиций, экологической ситуации региона [31, 32], где будет реализовываться данная продукция.

Последний базовый элемент кортежа конкурентоспособного качества – фактор соответствия параметров продукции параметрам аналогичной продукции лидирующего конкурента ($КС$). Одним из современных методов обеспечения конкурентоспособности продукции и стабильности предприятия является бенчмаркинг [73, 103, 106, 161].

Бенчмаркинг – это сравнительный анализ эффективности компаний на основе системы взаимосвязанных показателей, в том числе показателей бизнес-процессов, т.е. инструмент определения собственного уровня развития и основа успешного внедрения системы всеобщего управления качеством. Бенчмаркинг представляет собой совокупность эффективных методов и процедур, способствующих существенному укреплению позиций компании на конкурентном рынке. Таким образом, на основе анализа и сравнения деятельности компании с другими компаниями-конкурентами определяются в первую очередь недостатки в деятельности и основные достоинства, что позволяет выбрать дальнейшую стратегию развития как по обеспечению выпуска конкурентоспособной продукции, так и по обеспечению конкурентоспособности компании. Исходя из этого, к единичным показателям соответствия параметров продукции параметрам аналогичной продукции лидирующего конкурента можно отнести:

$$С = < С_{П.Р.К.}, С_{К.П.К.}, С_{Ц.П.К.}, С_{И.К.} > ,$$

где $С_{П.Р.К.}$ – потенциал развития конкурента;

$С_{К.П.К.}$ – качество выпускаемой продукции конкурента;

$С_{Ц.П.К.}$ – цена выпускаемой продукции конкурента;

$С_{И.К.}$ – имидж конкурента.

С учетом того, что субъективные параметры потребностей потребителей преобразуются в объективные количественные параметры качества продукции, обеспечение конкурентоспособности можно представить как функцию от перечисленных нами факторов:

$$K = f(КП, КК, КЦ, КМ, КС, КС) .$$

Увеличение (уменьшение) любого фактора, определяющего качество, по отдельности ведет к увеличению (уменьшению) общей конкурентоспособности, причем приращение на одно и то же значение факторов качества по-разному влияет на изменение общей конкурентоспо-

способности, что определяет необходимость введения коэффициентов весомости, учитывающих важность факторов качества друг относительно друга и учитывающих разное влияние на общую конкурентоспособность:

$$K = f (k_1 * КП, k_2 * КК, k_3 * КЦ, k_4 * КМ, k_5 * КС, k_6 * КС) .$$

Следующий уровень обеспечения конкурентоспособности – это обеспечение конкурентоспособности предприятия. Конкурентоспособность предприятия – это его способность противостоять и опережать на шаг на рынке других изготовителей и поставщиков аналогичной продукции как по степени удовлетворения своими товарами конкретных общественных потребностей, так и по эффективности производственной деятельности. Таким образом, конкурентоспособность предприятия определяется его умением приспособиться к изменяющимся условиям конкуренции на рынке.

В отличие от конкурентоспособности продукции, которая может изменяться в короткий срок, устойчивая конкурентоспособность фирмы достигается в течение длительного времени и может поддерживаться также на протяжении длительного периода. Это связано с тем, что для достижения превосходства на рынке предприятие должно пройти хотя бы один цикл обновления продукции, т.е. выпуска на рынок новых товаров.

Необходимо отметить, что основополагающую роль при обеспечении конкурентоспособности предприятия играют конкурентоспособная продукция и система качества, обеспечивающая выпуск этой продукции. Именно конкурентоспособная продукция удерживает или расширяет долю рынка, позволяя тем самым аккумулировать денежные средства, идущие в дальнейшем на модернизацию производства, на приобретение новых производственных мощностей, на разработку новых видов продукции. Конкурентоспособная продукция является, кроме того, индикатором инвестиционной привлекательности, обеспечивая имидж предприятию.

Следующий уровень обеспечения конкурентоспособности – это обеспечение конкурентоспособности региона. Актуальность данной проблемы заключается в том, что невозможно использовать общие, унифицированные для РФ в целом меры по проведению реформ по обеспечению конкурентоспособности, так как они требуют внесения корректив в ходе осуществления, придания им региональной направленности. Все это говорит о необходимости определения роли и места региона в экономическом пространстве РФ, его потенциальных возможностей и перспектив развития.

В настоящее время существует несколько подходов к обеспечению конкурентоспособности региона [9, 45, 60, 117].

Проанализировав существующие модели, можно предложить более обобщенную и универсальную модель обеспечения конкурентоспособности региона (рис. 2.2), которая основана на принципах системного и процессного подходов, создающих целостность подхода к решению данной проблемы [127].

Анализ данной модели приводит к следующим выводам:

- об эффективном обеспечении конкурентоспособности региона можно говорить лишь в том случае, если эффективны входные параметры, т.е. конкурентоспособные продукция и предприятия;
- единичные составляющие элементы, такие как конкурентоспособность продукции, предприятия и региона, находятся в динамичной связи и взаимно дополняют друг друга;

- одним из наиболее эффективных способов обеспечения региональной конкурентоспособности является использование процессного подхода, преобразующего посредством установленных механизмов и существующих ресурсов входные данные в нужные выходные;
- обратная связь позволяет своевременно и быстро преобразовать запросы и ожидания рынка в нужные параметры и тем самым обеспечивать последующую устойчивость и стабильность региона.

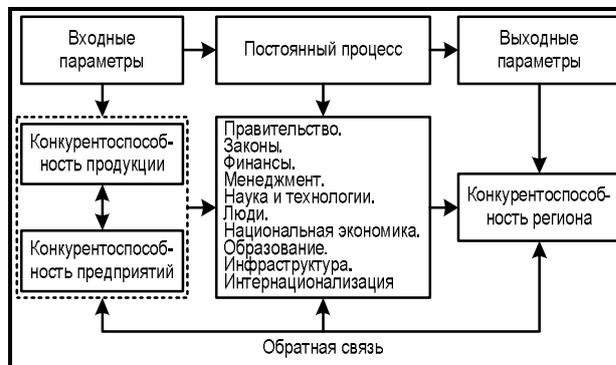


Рис. 2.2. Модель системно-процессного подхода к обеспечению региональной конкурентоспособности

Таким образом, конкурентоспособность продукции, как и при обеспечении конкурентоспособности предприятия, играет основополагающую роль на начальном этапе развертывания конкурентоспособности региона. Конкурентоспособная продукция пронизывает все стороны деятельности региона и является барометром стабильности региона и основой для его дальнейшего успешного развития.

Наивысший уровень обеспечения конкурентоспособности – обеспечение конкурентоспособности отдельных наций и стран в целом [81, 117, 118, 150].

Конкурентоспособность страны является политико-экономической концепцией, так как она влияет на военный, политический и научный потенциал страны, и рассматривается как неотъемлемый фактор относительных позиций страны в международной политической экономике.

В настоящее время существуют несколько методик оценки и обеспечения конкурентоспособности страны [81, 117, 118, 150, 165 и др.]. Наиболее интересна модель М. Портера, основанная на обеспечении факторов, влияющих на конкурентоспособность страны, которые разделены на четыре большие группы [118]:

- условия факторов производства. Позиции государства в таких факторах производства, как, например, квалифицированный труд или инфраструктура, необходимые для способности конкурировать в определенной отрасли;
- условия спроса. Природа внутреннего спроса на продукцию или услуги той или иной отрасли;
- сопутствующие и поддерживающие отрасли. Наличие или отсутствие снабжающих или сопутствующих отраслей, которые также конкурентоспособны на внешних рынках. Давно замечено, если вход системы неконкурентоспособен, то при любых возможностях и способностях системы выход также будет неконкурентоспособным;
- стратегия, структура и конкуренция компаний. Условия конкурентной среды, создаваемой государством, в которой компании создаются, организуются, управляются и конкурируют на внутреннем рынке.

М. Портер сюда добавляет еще два фактора, играющих важную роль в национальной системе конкурентно-

го преимущества – случай и правительство. Случайные события, такие как крупные изобретения, прогресс в фундаментальных технологиях, война и т.д., оказывают влияние на изменения в конкурентном преимуществе. Основная роль правительства в конкурентном преимуществе нации состоит в том, чтобы влиять на четыре основные группы факторов.

Следует отметить, что модель обеспечения региональной конкурентоспособности (см. рис. 2.2) вполне приемлема для обеспечения конкурентоспособности государства, только с незначительными изменениями. В данном случае к входным параметрам относятся конкурентоспособные регионы, а к выходным – конкурентоспособность нации или государства в целом. К постоянному процессу, как и в предыдущем случае, относятся: правительство; законы; финансы, менеджмент, наука и технологии, люди, национальная экономика, образование, инфраструктура, интeрнационализация, только на уровне государства.

Вполне очевидно, что развитие промышленности и рост ее конкурентоспособности – необходимые условия выхода российской экономики на мировой уровень, где основным показателем, несомненно, является качество. В связи с этим известный русский философ и ученый И.А. Ильин еще в начале XX в. видел спасение России в качестве [22].

Литература

- Адлер Ю.П. Возлюбите своих поставщиков / Ю.П. Адлер // Методы менеджмента качества. – 2000. – № 1. – С. 23-27; № 2. – С. 22-27; №3. – С. 13-19.
- Азгальдов Г.Г. Конкурентоспособность и квалиметрия / Г.Г. Азгальдов // Электронная техника. Сер. экономика и системы управления. – 1990. – Вып. 4.
- Азгальдов Г.Г. Теория и практика оценки качества товаров / Г.Г. Азгальдов. – М.: Экономика, 1989. – 256 с.
- Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 204 с.
- Акофф Р.Л. Планирование будущего корпорации: Пер. с англ. / Р.Л. Акофф. – М.: Прогресс, 1985. – 326 с.
- Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы / М.М. Алексеева. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 248 с.
- Алешникова В.И. Использование услуг профессиональных консультантов: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 12 / В.И. Алешникова. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 208 с.
- Амирджанянц Ф.А. Потребительно-стоимостная система социалистического хозяйствования и обеспечения качества продукции / Ф.А. Амирджанянц, В.И. Сиськов и др. – М.: Изд-во стандартов, 1990. – 240 с.
- Андреев В.Е. Конкурентоспособность региона и методика его оценки // http://www.aanet.ru/~wwwk11/Books/intell/glava3_10.htm
- Андрианов Ю.М. Квалиметрия в приборостроении и машиностроении / Ю.М. Андрианов, А.И. Субетто. – Л.: Машиностроение. Ленингр. отд-е, 1990. – 216 с.
- Анохин П.К. Избранные труды: Философские аспекты теории функциональной системы / П.К. Анохин. – М.: Наука, 1978. – 256 с.
- Ансофф И. Стратегическое управление: Сокр. пер. с англ. / И. Ансофф. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
- Архипов Ю.Р. Экономическая и социальная география Чувашской Республики: Учеб. пособие / Ю.Р. Архипов, А.Е. Яковлев. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 1998. – 304 с.
- Архипова Н.И. Исследования систем управления: Учеб. пособие для вузов / Н.И. Архипова, В.В. Кульба, С.А. Косыченко, Ф.Ю. Чанжиева. – М.: ПРИОР, 2002. – 384 с.
- Басовский Л.Е. Управление качеством / Л.Е. Басовский, В.Б. Протасьев. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 212 с.
- Безверхий С.Ф. Управление качеством на современном этапе / С.Ф. Безверхий // Стандарты и качество. – 1997. – №1. – С. 14-21.
- Беллман Р. Некоторые вопросы математической теории процессов управления / Р. Беллман, И. Глинсберг, О. Гросс. – М.: Сов. радио, 1978. – 124 с.
- Белобрагин В.Я. Региональная экономика: проблемы качества / В.Я. Белобрагин. – М.: АСМС, 2001. – 281 с.
- Белов Г.В. Технологии промышленного менеджмента / Г.В. Белов, В.М. Быцкевич. – М.: Металлургия, 2000. – 288 с.
- Бир С. Наука управления: Пер. с англ. / С. Бир. – М.: Энергия, 1971. – 156 с.
- Блюмберг В.А. Какое решение лучше? Метод расстановки приоритетов / В.А. Блюмберг, В.С. Глуценко. – Л.: Лениздат, 1982. – 160 с.
- Бойцов Б.В. Антология русского качества / Б.В. Бойцов, Ю.В. Крынев, М.А. Кузнецов, В.Н. Азаров, Т.П. Павлова, В.Ю. Крынев; Под ред. Б.В. Бойцова, Ю.В. Крынева. – М.: РИА «Стандарты и качество», 2000. – 432 с.
- Бухалков М.И. Внутрифирменное планирование: Учебник. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 400 с.
- Вахитов Д.Р. Лизинг: зарубежный опыт и российская практика / Д.Р. Вахитов, И.В. Тагиев, В.Г. Тимирясов. – Казань: Изд-во «Таглитат» Института экономики, управления и права, 2000. – 92 с.
- Версан В.Г. Интеграция производства и управления качеством продукции / В.Г. Версан, В.И. Сильков, Л.Г. Дубицкий и др. – М.: Изд-во стандартов, 1995. – 320 с.
- Владимирова М.П. Проблемы тарифной политики и социального регулирования в сфере контроля функционирования связи / М.П. Владимирова, Г.В. Калинина, В.В. Дедюхин // Совершенствование работы информационных структур в новых условиях: Сб. науч. трудов семинара-совещания руководителей региональных подразделений Главгоссвязьнадзора РФ. – Чебоксары: Общественный центр поддержки и развития науки, образования и культуры, 1998. – С. 119-141.
- Власов А.Г. Японский стиль управления и его сравнение с управлением в США и Западной Европе / А.Г. Власов. – М.: МНИИПУ, 1990. – Вып. 10. – 80 с.
- Войтоловский В.Н. Управление качеством и сертификация в промышленном производстве: Учеб. пособие / В.Н. Войтоловский, В.В. Окрепилов. – СПб.: Изд-во СПб УЭФ, 1992. – 165 с.
- Волковинский В.В. Экологическая сертификация узаконена / В.В. Волковинский // Стандарты и качество. – 2002. – №6. – С. 28-30.
- Вудкок М. Раскрепощенный менеджер: Пер. с англ. / М. Вудкок, Д. Френсис. – М.: Дело, 1991. – 320 с.
- Галкин В.П. Проблемы современности: теоретические аспекты и основы экологической проблемы / В.П. Галкин // Экология, социология, философия, право: Контекст. учеб. пособие к циклу «Экологические проблемы человечества». Ч.1. – Чебоксары, 1997. – 148 с.
- Галкин В.П. Проблемы современности: теоретические аспекты и основы экологической проблемы – введение в культуру мышления и экологию / В.П. Галкин, Ю.А. Попов, С.А. Порфирьева // Экология, социология, философия, право: Контекст. учеб. пособие к циклу «Экологические проблемы человечества». Ч.3. – Чебоксары, 1997. – 209 с.
- Генкин Б.М. Основы управления персоналом / Б.М. Генкин, Г.А. Конакова, В.И. Кочетков и др. – М.: Высшая школа, 1997. – 367 с.
- Гиссин В.И. Управление качеством продукции: Учеб. пособие / В.И. Гиссин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2000. – 256 с.
- Гличев А.В. Основы управления качеством продукции / А.В. Гличев. – М.: Изд-во стандартов, 1988. – 80 с.
- Гличев А.В. Прикладные вопросы квалиметрии / А.В. Гличев, Г.О. Рабинович, М.И. Примаков, М.М. Синицын. – М.: Изд-во стандартов, 1983. – 136 с.
- Глудкин О.П. Всеобщее управление качеством: Учебник для вузов / О.П. Глудкин, Н.М. Горбунов, А.И. Гуров, Ю.В. Зорин; Под ред. О.П. Глудкина. – М.: Горячая линия – Телеком, 2001. – 600 с.
- Глухов А. Оценка конкурентоспособности товара и способы его обеспечения / А. Глухов // Маркетинг. – 1999. – №2. – С. 56-64.

39. Голов Г.А. Технология оперативной оценки и повышения эффективности и конкурентоспособности продукции (Приоритет-эксперт) / Г.А. Голов, И.А. Коровкин, М.И. Макаров // Методы менеджмента качества. – 2000. – №9. – С. 16-19.
40. Гольцман Ф.М. Статистические модели интеграции: Монография / Ф.М. Гольцман. – М.: Наука, 1971. – 328 с.
41. Гончаров В.В. Руководство для высшего управленческого персонала: В 2 т. – Т. 2 / В.В. Гончаров. – М.: МНИИПУ, 1996. – 720 с.
42. Грачев Н.Н. Новые организационные формы экономического управления: Учеб. пособие / Н.Н. Грачев, Н.А. Крюков. – М.: МИПК Минхимнефтепрома СССР, 1991. – 36 с.
43. Гребнев Е.Т. Маркетинг и менеджмент: Терминологический словарь / Е.Т. Гребнев, А.А. Говорин. – М.: Изд-во РЭА, 1997. – 396 с.
44. Данилов И.П. Опыт становления интегрированной системы лицензирования и сертификации / И.П. Данилов // Сертификация и лицензирование в энергетике: Материалы II Всероссийского семинара. – Чебоксары: Волго-Вят. регион. центр «Ассоциация содействия вузам», 1996. – С. 27-34.
45. Данилов И.П. Проблемы конкурентоспособности электротехнической продукции: Монография / И.П. Данилов. – М.: Пресс-сервис, 1997. – 420 с.
46. Данилов И.П. Проблемы и задачи сертификации производственных объектов в регионах (на примере Чувашской Республики) / И.П. Данилов, Н.Р. Абрамов // Сертификация и лицензирование в энергетике: Материалы II Всероссийского семинара. – Чебоксары: Волго-Вят. регион. центр «Ассоциация содействия вузам», 1996. – С. 56-72.
47. Данилов И.П. Региональные аспекты конкурентоспособности. Многоуровневая система / И.П. Данилов, Е.Н. Кадышев. – Деп. ИНИОН РАН, 1997. – 7 с.
48. Данилов И.П. Метрология, стандартизация и сертификация: Науч.-практ. справочник / И.П. Данилов, Л.П. Кураков. – Чебоксары: Волго-Вят. регион. центр «Ассоциация содействия вузам», 1996. – 168 с.
49. Данилов И.П. Сертификация и лицензирование в энергетике: Материалы II Всероссийского семинара / И.П. Данилов, Л.П. Кураков, А.М. Агеносов. – Вып.1. – Чебоксары: Волго-Вят. регион. центр «Ассоциация содействия вузам», 1996. – 104 с.
50. Данилов И.П. Международный опыт стандартизации: Учеб. пособие / И.П. Данилов, Л.П. Кураков, А.Н. Артюшин, А.Ф. Сергеев. – Чебоксары: Волго-Вят. регион. центр «Ассоциация содействия вузам», 1996. – 104 с.
51. Данилов И.П. Конкурентоспособность продукции закладывается на этапе проектирования / И.П. Данилов, В.Л. Семенов // Региональная экономика: рента, конкурентоспособность, эффективность: Сб. науч. тр. – Вып. 1. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2001. – С. 117-121.
52. Данилов И.П. Системный подход как фактор обеспечения конкурентоспособности предприятия / И.П. Данилов, В.Л. Семенов // Качество и конкурентоспособность в XXI веке: Материалы II Всероссийского науч.-практ. конф. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2002. – С. 20-25.
53. Данилов И.П. Системы качества предприятия и ее основные черты / И.П. Данилов, В.Л. Семенов // Качество и конкурентоспособность в XXI веке: Материалы II Всероссийского науч.-практ. конф. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2003. – С. 63-67.
54. Данилов И.П. Типовые противоречия при создании систем качества на предприятии / И.П. Данилов, В.Л. Семенов // Качество и конкурентоспособность в XXI веке: Материалы II Всероссийского науч.-практ. конференции. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2003. – С. 68-72.
55. Деминг Э. Выход из кризиса / Э. Деминг. – Тверь: Альба, 1994. – 498 с.
56. Ефимов В.В. Расчет цены и конкурентоспособности продукции / В.В. Ефимов, Т.В. Барт // Методы менеджмента качества. – 2000. – №8. – С. 15-18.
57. Жичкин А.М. Менеджмент и маркетинг: Учебник / А.М. Жичкин, В.Л. Белоусов, Г.М. Волков и др.; Под ред. А.М. Жичкина. – М.: Европейский центр по качеству. – 2002. – Т. 2. – 200 с.
58. Журавлев П.В. Технология управления персоналом: Настольная книга менеджера / П.В. Журавлев, С.А. Кортанов и др. – М.: Экзамен, 1999. – 576 с.
59. Завьялов П.С. Конкурентоспособность и маркетинг / П.С. Завьялов // Рос. экон. журн. – 1995. – №12.
60. Идрисов А. Стратегия развития региона / А. Идрисов // www.idrisov@pro-invest.com.
61. Ильенкова С.Д. Управление качеством: Учебник для вузов / Ильенкова С.Д., Ильенкова Н.Д., Мхитарян В.С. и др.; Под ред. С.Д. Ильенковой. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 199 с.
62. Исикава К. Японские методы управления качеством: сокр. Пер. с англ. / К. Исикава. – М.: Экономика, 1988. – 215 с.
63. ИСО 8402-2000. Управление качеством и обеспечение качества: Словарь.
64. ИСО 9000-2000 Системы менеджмента качества: Основные положения и словарь.
65. ИСО 9001:2000. Системы менеджмента качества: Требования.
66. Кадышев Е.Н. Проектирование интегрированной системы управления организацией на региональном уровне / Е.Н. Кадышев. – М.: Гелиос АРВ, 2000. – 210 с.
67. Кершенбаум В.Я. Методы квалиметрии в машиностроении / В.Я. Кершенбаум, Р.М. Хвастунов // Управление качеством, стандартизация и сертификация: Учеб. пособие. – М., 1999. – 211 с.
68. Клир Дж. Системология. Автоматизация решения системных задач: Пер. с англ. / Дж. Клир. – М.: Радио и связь, 1990. – 244 с.
69. Ковалев А.И. Маркетинговый анализ / А.И. Ковалев, В.В. Войленко. – Кн. 2. – М.: Изд-во АОЭТ, 1996. – 101 с.
70. Ковалевский А.М. Перспективное планирование на промышленных предприятиях и в производственных объединениях / А.М. Ковалевский. – М.: Экономика, 1973. – 320 с.
71. Конарева Л.А. Управление качеством продукции в промышленности США / Л.А. Конарева. – М.: Наука, 1977. – 256 с.
72. Кондратьев В.В. Реструктуризация управления компаний: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 6 / В.В. Кондратьев, В.Б. Краснова. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 240 с.
73. Конка М.Г. Один стратегический подход к использованию самооценки и бенчмаркинга / М.Г. Конка // Избр. тр. 40-го конгресса Европейской организации по качеству. Берлин, сентябрь 1996 г.: Сб.: Пер. с англ. / Под ред. и с предисл. Ю.П. Адлера. – М.: ГП – Редакция журнала «Стандарты и качество», 1997. – С. 148-157.
74. Конкуренция и предпринимательство: сб. нормативных актов / Сост. Л.П. Кураков, Л.Н. Толстов, В.П. Иливанов. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 1996. – 180 с.
75. Коно Т. Стратегия и структура японских предприятий / Т. Коно. – М.: Прогресс, 1987. – 384 с.
76. Концепция национальной политики России в области качества продукции и услуг: Указ Президента Российской Федерации от 17 декабря 1997 г. № 1300 (в редакции Указа Президента Российской Федерации от 10 января 2000 г. № 24).
77. Краткий внешнеэкономический словарь / Под ред. О.С. Богданова. – М.: Междунар. отношения, 1984. – 248 с.
78. Кремнев Г.Р. Управление производительностью и качеством: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 5 / Г.Р. Кремнев. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 256 с.
79. Крылова Г.Д. Зарубежный опыт управления качеством / Г.Д. Крылова. – М.: Изд-во стандартов, 1992. – 140 с.
80. Кузьмин А.М. История возникновения, развития и использования метода разветвления функции качества / А.М. Кузьмин // Методы менеджмента качества. – 2002. – №1, 2 – С. 4-10.
81. Куликов Г.В. Японский менеджмент и теория международной конкурентоспособности / Г.В. Куликов; отв.ред. И.О. Фаризов. – М.: Экономика, 2000. – 247 с.
82. Кураков В.Л. Ресурсное обеспечение социальной сферы / В.Л. Кураков. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 1998. – 216 с.
83. Кураков Л.П. Проблемы реформирования российской экономики: монография / Л.П. Кураков. – Чебоксары: Вол-

- го-Вят. регион. центр «Ассоциация содействия вузам», 1997. – 708 с.
84. Кураков Л.П. Региональные экономические системы в современных условиях / Л.П. Кураков // Совершенствование работы информационных структур в новых условиях: Сб. науч. тр. семинара-совещания руководителей региональных подразделений Главгоссывязнадзора Российской Федерации. – Чебоксары: Общественный центр поддержки и развития науки, образования и культуры, 1998. – С. 3 – 29.
85. Кураков Л.П. Российская экономика: состояние и перспективы / Л.П. Кураков. – М.: ЛОГОС, 1998. – 576 с.
86. Кураков Л.П. Инновации и управление: Словарь-справочник / Л.П. Кураков, И.П. Данилов. – М.: Вуз и школа, 2002. – 384 с.
87. Кураков Л.П. Большой толковый словарь экономических и юридических терминов / Л.П. Кураков, В.Л. Кураков. – М.: Вуз и школа, 2001. – 720 с.
88. Кураков Л.П. Инвестиционная политика в современных условиях / Л.П. Кураков, Н.М. Мухетдинова, В.Н. Сергеенков. – М.: Республика, 1996. – 216 с.
89. Лapidус В.А. Конфликт TQM с постсоветским менеджментом на типичном российском предприятии. «Болезни» российского менеджмента / В.А. Лapidус // Стандарты и качество. – 2000. – № 4.
90. Лебединский Н.П. Основы методологии планирования и автоматизации плановых расчетов / Н.П. Лебединский. – М.: Экономика, 1989. – 272 с.
91. Леонов И.Г. Управление качеством продукции: учеб. пособие / И.Г. Леонов, О.В. Аристов. – М.: Изд-во стандартов, 1990. – 223 с.
92. Лидерство и практические навыки менеджера: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 9. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 287 с.
93. Литвиенко А.Н. Методологические вопросы оценки экономических аспектов конкурентоспособности машиностроительной продукции / А.Н. Литвиенко, А.М. Татынченко // БИКИ, Приложение. – М.: ВНИКИ, 1981. – №1.
94. Литвиенко В.С. Методы обеспечения конкурентоспособности продукции / В.С. Литвиенко // Стандарты и качество. – 1993. – №8. – С. 23-28.
95. Лобанова Е.Н. Управление финансами: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 14 / Е.Н. Лобанова, М.А. Лимитовский. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 240 с.
96. Логистика: Учебник / Под ред. Б.А. Аникина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 352 с.
97. Лунев В.Л. Управление зарубежной промышленной фирмой: курс лекций / В.Л. Лунев. – Новосибирск, 1995. – 110 с.
98. Макконнелл Кэмпбелл Р., Брю Стэнли Л. Экономика: Принципы, проблемы и политика: В 2 т. Т.2: пер. с англ. 11-го изд. – М.: Республика, 1993. – 400 с.
99. Малин А.С. Исследование систем управления: учебник для вузов / А.С. Малин, В.И. Мухин. – М.: ГУ ВШЭ, 2002. – 400 с.
100. Маркетинг и менеджмент: Словарь-справочник / В.Л. Кураков, С.Р. Хисамутдинов. – М.: Вуз и школа, 2001. – 288 с. (Президентская программа подготовки управленческих кадров).
101. Методика оценки уровня конкурентоспособности промышленной продукции. – М.: Изд-во стандартов, 1984. – 34 с.
102. Методические рекомендации по определению факторов конкурентоспособности продукции отрасли / НИИМаш. – М., 1986. – 52 с.
103. Методы менеджмента качества // Госстандарт России. – 2001. – №8. – С. 42-43.
104. Минаев Э.С. Управление производством и операциями: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 15 / Э.С. Минаев, Н.Г. Агеева, А. Аббата Дага. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 256 с.
105. Миттаг Х.-Й. Статистические методы обеспечения качества: Пер. с нем. / Х.-Й. Миттаг, Х Ринне. – М.: Машиностроение, 1995. – 616 с.
106. Михайлова Е.А. Основы бенчмаркинга / Е.А. Михайлова. – М.: Юристъ, 2002. – 110 с.
107. Моисеева Н.К., Карпунин М.Г. Основы теории и практики функционально-стоимостного анализа: Учеб. пособие для техн. спец. вузов. – М.: Высш. шк., 1988. – 192 с.
108. Морита А. Сделано в Японии: Пер. с англ. / При участии Э. Рейнголда и М. Симомуры; Общ. ред. и вступ. ст. А.Ю. Юданова. – М.: Прогресс, 1993. – 413 с.
109. Никсон Ф. Роль руководства предприятия в обеспечении качества и надежности. – М.: Изд-во стандартов, 1990. – 230 с.
110. Ноздрева Р.Б., Цыгичко А.И. Маркетинг: как побеждать на рынке. – М.: Финансы и статистика, 1991. – 303 с.
111. Окрепилов В.В. Словарь терминов и определений в области экономики управления качеством. – СПб.: Наука, 1999. – 527 с.
112. Окрепилов В.В. Управление качеством. – М.: Экономика, 1998. – 640 с.
113. Опекунов А.Ю. Перспективы развития экологического нормирования в Российской Федерации // Экология и промышленность России. – 2000. – №6. – С.34-36.
114. Печенин А.Н., Фомин В.Н. О критериях конкурентоспособности продукции и подходах к ее оценке // Надежность и контроль качества. – 1995. – №2.
115. Половинкин А.И. Основы инженерного творчества: Учеб. пособие для студ. вузов. – М.: Машиностроение, 1988. – 368 с.
116. Полховская Т.М., Адлер Ю.П. Не зная броду, не суйся в воду // Стандарты и качество. – 2001. – № 10.
117. Портер М. Конкуренция: Пер. с англ.: Учеб. пособие. – М.: Издат. дом «Вильямс», 2000. – 495 с.
118. Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ. / Под ред. и с предисл. В.Д.Щетинина. – М.: Междунар. отношения, 1993. – 896 с.
119. Принципы «Шесть сигм»: Сб. ст.: Пер. с англ. – 2-е изд., испр. – Н. Новгород: СМЦ «Приоритет», 2001. – 49 с.
120. Психология. Словарь / Под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – 2-е изд. – М., 1990.
121. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2002: Стат. сб. / Госкомстат России. – М., 2002. – 863 с.
122. Регионы России: Стат. сб. В 2 т. Т.1 / Госкомстат России. – М., 2001. – 615 с.
123. Регионы России: Стат. сб. В 2 т. Т.2 / Госкомстат России. – М., 2001. – 827 с.
124. Розова Н.К. Управление качеством. – СПб.: Питер, 2002. – 224 с.
125. Свиткин М.З., Мацута В.Д., Рахлин К.М. Менеджмент качества и обеспечение продукции на основе международных стандартов ИСО. – СПб.: Изд-во картфабрики ВСЕГЕИ, 1999. – 403 с.
126. Семенов В.Л. Повышение конкурентоспособности продукции на основе сертификации систем качества // Качество и конкурентоспособность в XXI веке: Материалы I Всерос. науч.-практ. конф. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2002. – С. 41-47.
127. Семенов В.Л. Системно-процессный подход к обеспечению региональной конкурентоспособности // Современные проблемы трансформирующейся экономики: Материалы Всерос. науч.-практ. конф. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2002. – С. 291-297.
128. Семенов В.Л. Качество и его весомость в обеспечении конкурентоспособности продукции // Качество и конкурентоспособность в XXI веке: Материалы I Всерос. науч.-практ. конф. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2003. – С. 181-183.
129. Семенов В.Л. Понятие конкурентоспособности и ее закономерности // Качество и конкурентоспособность в XXI веке: Материалы I Всерос. науч.-практ. конф. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2003. – С. 179-181.
130. Сиро С. Практическое руководство по управлению качеством. – М.: Машиностроение, 1980. – 214 с.
131. Системный анализ в управлении: Учеб. пособие / В.С. Анфилатов, А.А. Емельянов, А.А. Кукушкин; Под ред. А.А. Емельянова. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 368 с.
132. Смирнов В.В. Повышение конкурентоспособности региона в условиях трансформирующейся экономики (на примере Чувашской Республики): Автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Чебоксары, 2003. – 23 с.

- 133.Смирнов Э.А. Разработка управленческих решений: Учеб. для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 271 с.
- 134.Смирнова В.Г., Мильнер Б.З., Латфуллин Г.Р., Антонов В.Г. Организация и ее деловая среда: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 2. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 192 с.
- 135.Советский энциклопедический словарь // Гл. ред. А.М.Прохоров; Ред. кол.: А.А.Гусев и др. – 4-е изд. – М.: Сов. энцикл., 1987. – 1600 с., ил.
- 136.Современная философия: Словарь и хрестоматия. – Ростов н/Д.: Феникс, 1996. – 551 с.
- 137.Социальное положение и уровень жизни населения Чувашии: Стат. сб. / Госкомстат Чувашской Республики; Ред. кол.: Ю.К. Марков (пред.) и др. – Чебоксары, 2002. – 213 с.
- 138.Социально-экономическое положение России: Стат. сб. / Госкомстат Российской Федерации. – М., 2002. – 416 с.
- 139.Статистический ежегодник Чувашской Республики: Стат. сб. / Госкомстат Чувашской Республики; Ред. кол.: Ю.К. Марков (пред.) и др. – Чебоксары, 2002. – 255 с.
- 140.Субетто А.И. Введение в квалиметрию высшей школы // Концепция квалиметрии. Система категорий и понятий: Учеб. пособие. – Кн. 2. – М., 1991. – 120 с.
- 141.Субетто А.И. Введение в квалиметрию высшей школы // Общая квалиметрия и специальные методы квалиметрии: Учеб. пособие. – Кн. 3. – М., 1991. – 169 с.
- 142.Ташлицева Е.И., Третьяк О.И., Шипилова Л.Б., Васильева Т.А. Влияние конкурентной среды на функционирование рынка // Проблемы формирования и развития рынка в регионе: Материалы Всерос. науч.-практ. конф. Ч.2. – Пенза, 1997.
- 143.Тихонов Р.М. Конкурентоспособность промышленной продукции. – М.: Издательство стандартов, 1985. – 176с.
- 144.Толковый словарь рыночной экономики // Сост. В.П.Тарасов и др. 2-е изд., доп. – М.: Глория, 1993.
- 145.Об учреждении премий Президента Чувашской Республики в области качества: Указ Президента Чувашской Республики от 09.11.1999 г. №81.
- 146.Управление качеством: Т.2. Принципы и методы всеобщего руководства качеством. Основы обеспечения качества / Под общ. ред. В.Н. Азарова / МГИЭМ. – М., 2000. – 356 с.
- 147.Управление качеством: Учебник для вузов/ С.Д. Ильенкова, Н.Д. Ильенкова, В.С. Мхитарян и др.; Под ред. С.Д. Ильенковой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 334 с.
- 148.Управление персоналом организации: Учебник / Под ред. А. Я. Кибанова. – М.: ИНФРА – М, 1997 – 512 с.
- 149.Фасхиев Х.А. Оценка конкурентоспособности новой техники // Маркетинг. – 1998. – №6.
- 150.Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.
- 151.Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА-М. – 2000. – 312 с. (Высшее образование).
- 152.Фатхутдинов Р.А. Система обеспечения конкурентоспособности // Стандарты и качество. – 1995. – №1.
- 153.Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Питер, 2002. – 448 с. (Учебники для вузов).
- 154.Фейгенбаум А. Контроль качества продукции: Сокр. пер. с англ. / Авт. предисл. науч. ред. А.В. Гличев. – М.: Экономика, 1986. – 471 с.
- 155.Хаизер Д.Р., Клозинг Д. Дом качества // Курс на качество. – 1992. – №1. – С. 85-102.
- 156.Харрингтон Дж. Х. Управление качеством в американских корпорациях: Сокр. пер. с англ. / Авт. вступ. ст. и науч. ред. Л.А. Конарева. – М.: Экономика, 1990. – 272 с.
- 157.Холл А. Опыт методологии для системотехники: Пер. с англ. М.: Сов. радио, 1975.
- 158.Цыгичко А. Высокая цена конкурентоспособности // Экономист. – 2003. – №1. – С. 31-36.
- 159.Чайка И.И. Конкурентная борьба предприятий – это соревнование систем управления качеством // Стандарты и качество. – 1996. – №12. – С.55-59.
- 160.Чекмарев А.Н., Барвинок В.А., Шалавин В.В. Статистические методы управления качеством. – М.: Машиностроение, 1999. – 320 с.
- 161.Шмидт К. Бенчмаркинг – инструмент определения собственного уровня развития и основа успешного внедрения системы всеобщего управления качеством // Избр. тр. 40-го конгресса Европейской организации по качеству. Берлин, сентябрь 1996 г.: Сб. пер. с англ. / Под ред. и с предисл. Ю.П. Адлера. – М.: ГП – Редакция журнала «Стандарты и качество», 1997. – С.158 -168.
- 162.Шумпетер Й. Теория экономического развития: Пер. с нем. – М.: Прогресс. 1982. – 455 с.
- 163.Экономическая безопасность: Производство – Финансы – Банки / Под ред. В.К. Сенчагова. – М.: ЗАО «Финстатинформ», 1998. – 621 с.
- 164.Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: Учеб. пособие. – 2-е изд. – М.: Гном-Пресс, 1998.
- 165.Nelson R. Recent Writings on Competitiveness: Boxing the Compass. – California Management Review: Winter, 1992. – P. 127-137.
- 166.[http:// agava.ru/partners/romanov_art.htm](http://agava.ru/partners/romanov_art.htm).
- 167.<http://dsmu.donetsk.ua/library/statbook/modules/stcluan.html>
- 168.<http://pitis.ssure.ru/files5/11.htm>.
- 169.http://www.aanet.ru/~wwk11/Books/intell/glava3_10.htm

*Семенов Владислав Львович;
Смирнов Валерий Владиславович*

РЕЦЕНЗИЯ

Актуальность темы исследования обусловлена объективной потребностью организации процесса обеспечения качества регионального производства в условиях нестабильной экономики.

Для реализации цели исследования авторы последовательно решают ряд задач:

- проводят анализ теоретических аспектов конкуренции и конкурентоспособности;
- определяют место и роль качества продукции в системе формирования конкурентоспособности региона;
- предлагают региональную систему обеспечения конкурентоспособного производства;
- рассматривают возможность моделирования процесса управления качеством на региональном уровне;
- выделяют особенности формирования системы качества на предприятии;
- предлагают механизм формирования качества продукции;
- рассматривают возможность формирования в Чувашской Республике политики в области качества и конкурентоспособности продукции.

Научная новизна представленного исследовательского материала не вызывает сомнений. В частности, авторы, подвергнув анализу многообразие факторов и условий, оказывающих существенное влияние на качество производимой продукции, сложный и разнообразный характер задач по управлению качеством в регионе определили необходимость использования системного подхода. При этом региональная система качества рассматривалась в виде механизма взаимодействия субъектов региональной системы с элементами систем качества предприятия, функционирующих как единое целое и образующих единую суперсистему.

Несомненно, успешному решению рассмотренной проблемы способствовало использование авторами научных трудов отечественных и зарубежных ученых, внесших существенный вклад в понимание сущности качества, конкурентоспособности и организации процесса обеспечения качества регионального производства.

Вывод: Название рецензируемой статьи «Организация процесса обеспечения качества регионального производства», подготовленной Семеновым В.Л. и Смирновым В.В., соответствует ее содержанию. Общий научный уровень отвечает требованиям, предъявляемым к работам, публикуемым в журналах и изданиях, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством». С учетом изложенного статья Семенова В.Л. и Смирнова В.В. «Организация процесса обеспечения качества регионального производства» рекомендуется к публикации.

Резюкова Л.В., к.э.н., доцент, зам. декана факультета управления и психологии ФГОУ ВПО «Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова»

9.3. ORGANIZATION OF PROCESS OF MAINTENANCE OF QUALITY OF REGIONAL MANUFACTURE

V.L. Semyonov, Candidate of Science (Economic), the Senior Lecturer of Faculty of Certification and Management of Faculty of Management and Psychology Federal State Educational Establishment of the Supreme Professional Education;

V.V. Smirnov, Candidate of Science (Economic), the Senior Lecturer of Faculty of Branch Economy of Faculty of Management and Psychology Federal State Educational Establishment of the Supreme Professional Education

Chuvash State University of a Name of I.N. Ulyanov

In modern conditions the major means and a necessary condition of maintenance of competitiveness of production is its quality. Thus activation of activity in the field of quality management promotes formation of the effective mechanism of social and economic transformations both in the country, and in region.

In conditions of globalization of economy quality penetrates practically all the parties of a universe and is a primary factor of economic development and the social device.

The analysis of domestic and foreign experience testifies that effective improvement of quality is possible only on the complex basis, allowing to unite in system set of factors on which the end result of activity of the concrete enterprise depends.

Literature

- JU.P. Adler. Lov of the suppliers / JU.P. Adler // Methods of a quality management. – 2000. – 1. – p. 23-27; 2. – p. 22-27; №3. – p. 13-19.
- Azgalov G.G. Competitiveness and kvalimetrija / G.G. Azgalov // Electronic technics. Sulfurs. Economy and control systems. – 1990. – release 4.
- Azgalov G.G. Theor and practice of an estimation of quality of the goods / G.G. Azgalov. – M.: Economy, 1989. – 256 p.
- Azoev G.L. Competition: the analysis, strategy and practice / G.L. Azoev. – M.: the center of economy and marketing, 1996. – 204 p.
- Akoff R.L. Planning of the future of corporation: Translation. With English / R.L. Akoff. – M.: progress, 1985. – 326 p.
- M.M. Alekseeva. Planning of activity of firm / M.M. Alekseeva. – M.: The finance and statistics, 1997. – 248 p.
- V.I. Aleshnikova. Use of services of professional advisers: the 17-modular program for managers «Management of development of the organization». The module 12 / V.I. Aleshnikova. – M.: INFRA-M, 2000. – 208 p.
- F.A. Amirdzhanjants. Potrebitelno system of socialist managing and maintenance of quality of production / F.A. Amirdzhanjants, V.I. Siskov, etc. – M.: Publishing house of standards, 1990. – 240 p.
- V.E. Andreev. Competitiveness of region and a technique of its estimation // http://www.aanet.ru/wwwk11/Books/intell/glava3_10.htm.
- J.M. Andrianov. Kvalimetrija in instrument making and mechanical engineering / JU.M. Andrian, A.I. Subetto. – L.: Mechanical engineering. The Leningrad branch, 1990. – 216 p.
- P.K. Anokhin. The selected works: Philosophical aspects of the theory of functional system / P.K. Anokhin. – M.: the Science, 1978. – 256 p.
- I. Ansoff. Strategicheskoe management: Abbr. Translation. With English / I. Ansoff – M.: Economy, 1989. – 519 p.
- JU.R. Arhipov. Economic and social geography of the Chuvash Republic: Studies. The grant / JU.R. Arhipov, A.E. Jakovlev. – Cheboksary: Publishing house the Chuvash university, 1998. – 304 p.
- N.I. Arhipov. Research of control systems: Studies. The grant for high schools / N.I. Arhipov, V.V. Kulba, S.A. Kosjachenko, F.J. Chanhieva. – M.: PRIOR, 2002. – 384 p.
- L.E. Basovsky. Quality management / L.E. Basovsky, V.B. Protasev. – M.: NFRA-M, 2000. – 212 p.
- S.F. Bezverhy. Quality management at the present stage / S.F. Bezverhy // Standards and quality. – 1997. – №1. – p. 14-21.
- R. Bellman. Nekotorye questions of the mathematical theory of managerial processes / R. Bellman, I. Glinsberg, O. Gross. – M.: Owls. Radio, 1978. – 124 p.
- V.JA. Belobragin. Regional economy: problems of quality / V.J. Belobragin. – M.: ASMS, 2001. – 281 p.
- G.V. Belov. Technolog of industrial management / G.V. Belov, V.M. Bytskevich. – M.: Metallurgy, 2000. – 288 p.
- S. Bir. Management science: Translation with English / S. Bir. – M.: Energy, 1971. – 156 p.
- V.A. Bljumberg. The decision is better than V.A.what? A method of arrangement of priorities / V.A. Bljumberg, V.S. Glushchenko. – L.: Lenizdat, 1982. – 160 p.
- B.V. Bojtsov. Antholog's fighters of Russian quality / B.V. Bojtsov J.V. Krjanev, M.A. Kuznezov, V.N. Azarov, T.P. Pavlova, V.J. Krjanev; Under Edition. B.V. Bojtsova, J.V. Krjaneva. – M.: RIA «Standards and quality», 2000. – 432 p.
- M.I. Buhalkov. Itrafirm planning: the Textbook. – 2 The edition corrected and added. – M.: INFRA-M, 2000. – 400 p.
- D.R. Vahitov. Leasing: foreign experience and the Russian practice / D.R. Vahitov, I.V. Taziev, V.G. Timirjasov. – Kazan: Publishing house «Taglimat» of Institute of economy, management and the right, 2000. – 92 p.
- V.G. Versan. Integration of manufacture and product quality controls / V.G. Versan, V.I. Silkov, L.G. Dubitsky, etc. – M.: Publishing house of standards, 1995. – 320 p.
- M.P. Vladimirova. Problem of tariff policy and social regulation in sphere of the control of functioning of communication / M.P. Vladimirova, G.V. Kalinin, V.V. Dedjuhin // Perfection of work of information structures in new conditions: The collection scientific Works of a seminar-meeting of heads of regional divisions Glavgossvjznadzora of the Russian Federation. – Cheboksary: the Public center of support and development of a science, formation and culture, 1998. – P. 119-141.
- A.G. Vlasov. Japanese style of management and its comparison with management in the USA and the Western Europe / A.G. Vlasov. – M.: MNIIPU, 1990. – Release 10. – 80 p.
- V.N. Vojtolovsky. Quality management and certification in industrial production: Studies. The grant / V.N. Vojtolovsky, V.V. Okrepilov. – St.-Petersburg: Publishing house of St.-Petersburg UEF, 1992. – 165 p.
- V.V. Volkovinsky. Ecological certification is legalized / V.V. Volkovinsky // Standards and quality. – 2002. – №6. – p. 28-30.
- M. Vudkok. The Liberated manager: Translation with english / M. Vudkok, D. Frensis. – M.: Business, 1991. – 320 p.
- V.P. Galkin. Problem of the present: theoretical aspects and bases of an environmental problem / V.P. Galkin // Ecology, sociology, philosophy, the right: the Context. Studies. The grant to a cycle «Environmental problems of mankind». Part 1. – Cheboksary, 1997. – 148 p.
- V.P. Galkin. Problem of the present: theoretical aspects and bases of an environmental problem – introduction in culture of thinking and ecology / V.P. Galkin, JU.A. Priests, S.A. porfireva // Ecology, sociology, philosophy, the right: the Context. Studies. The grant to a cycle «Environmental problems of mankind». Part 3. – Cheboksary, 1997. – 209 p.
- B.M. Genkin. Bas of management of the personnel / B.M. Genkin, Q.A. Konakovo, V.I. Kochetkov, etc. – M.: The Higher school, 1997. – 367 p.
- V.I. Gissin. Product quality control: Studies. The manual / V.I. Gissin. – Rostov-ON-Don: the Phoenix, 2000. – 256 p.
- A.V. Glichev. Bas of product quality control / A.V. Glichev. – M.: Publishing house of standards, 1988. – 80 p.

36. A.V. Glichev. Applied questions kvalimetri / A.V. Glichev, G.O. Rabinovich, M.I. Primakov, M.M. Sinitsyn. – M.: Publishing house of standards, 1983. – 136 p.
37. O.P. Gludkin. General quality management: the Textbook for high schools / O.P. Gludkin, N.M. Humpbacks, A.I. Gurov, JU.V. Zorin; Under Edition O.P. Gludkina. – M.: a hot line – a Telecom, 2001. – 600 p.
38. A. Gluhov. Otsenka of competitiveness of the goods and ways of its maintenance / A. Gluhov // Marketing. – 1999. – №2. – p. 56-64.
39. G.A. Golov. Technolog's goals of an operative estimation and increase of efficiency and competitiveness of production (Priority-expert) / G.A. Golov, I.A. Korovkin, M.I. Makarov // Methods of a quality management. – 2000. – №9. – p. 16-19.
40. F.M. Goltsman. Statistical of model of integration: the Monography / F.M. Goltsman. – M.: The Science, 1971. – 328 p.
41. V.V. Goncharov. Management for the maximum administrative personnel: In 2 vol. – Volume 2 / V.V. Goncharov. – M.: MNIIPU, 1996. – 720 p.
42. N.N. Grachev. New organizational forms of economic management: Studies. The manual / N.N. Grachev, N.A. Krukov. – M.: MIPK Minhimnefteproma the USSR, 1991. – 36 p.
43. E.T. Grebnev. Marketing and management: the Terminological dictionary / E.T. Grebnev, A.A. Govorin. – M.: Publishing house REA, 1997. – 396 p.
44. Danilov I.P. Experience of becoming of the integrated system of licensing and certification / I.P. Danilov // Certification and licensing in power: Materials II All-Russia seminar. – Cheboksary: Volgo-Vjat. Region. The center «Association of assistance to high schools», 1996. – P. 27-34.
45. I.P. Danilov. Problem of competitiveness of electrotechnical production: the Monography / I.P. Danilov. – M.: Press-service, 1997. – 420 p.
46. I.P. Danilov. Problem and problems of certification of industrial objects in regions (on an example of the Chuvash Republic) / I.P. Danilov, N.R. Abram // Certification and licensing in power: Materials II All-Russia seminar. – Cheboksary: Volgo-Vjat. Region. The center «Association of assistance to high schools», 1996. – P. 56-72.
47. I.P. Danilov. Regional aspects of competitiveness. Multilevel system / I.P. Danilov, E.N. Kadyshchev. – It is deposited INION the Russian Academy of Science, 1997. – 7 p.
48. I.P. Danilov. Metrology, standardization and certification: Scientifically-practical. The directory / I.P. Danilov, L.P. Kurakov. – Cheboksary: Volgo-Vjat. Region. The center «Association of assistance to high schools», 1996. – 168 p.
49. I.P. Danilov. Certification and licensing in power: Materials II All-Russia. A seminar / I.P. Danilov, L.P. Kurakov, A.M. Agenosov. – Release.1. – Cheboksary: Volgo-Vjat. Region. The center «Association of assistance to high schools», 1996. – 104 p.
50. I.P. Danilov. International experience of standardization: Studies. The manual / I.P. Danilov, L.P. Kurakov, A.N. Artjushin, A.F. Sergey. – Cheboksary: Volgo-Vjat. Region. The center «Association of assistance to high schools», 1996. – 104 p.
51. I.P. Danilov. Competitiveness of production is pawned at a design stage / by I.P. Danilov, V.L. Simeon // Regional economy: the rent, competitiveness, efficiency: The collection of proceedings. – Release 1. – Cheboksary: Publishing house the Chuvash. University, 2001. – P. 117-121.
52. I.P. Danilov. System the approach as the factor of maintenance of competitiveness of the enterprise / I.P. Danilov, V.L. Simeon // Quality and competitiveness in XXI century: Materials I All-Russia scientifically-practical conferences. – Cheboksary: Publishing house the Chuvash. University, 2002. – P. 20-25.
53. I.P. Danilov. System of quality of the enterprise and its{her} basic features / I.P. Danilov, V.L. Simeon // Quality and competitiveness in XXI century: Materials II All-Russia scientifically-practical conferences. – Cheboksary: Publishing house the Chuvash. University, 2003. – P. 63-67.
54. I.P. Danilov. Typical of the contradiction at creation of systems of quality at the enterprise / I.P. Danilov, V.L. Simeon // Quality and competitiveness in XXI century: Materials II All-Russia scientifically-practical conferences. – Cheboksary: Publishing house the Chuvash. University, 2003. – P. 68-72.
55. E. Deming. Output from crisis / E. Deming. – Tver: Alba, 1994. – 498 p.
56. V.V. Yefimov. Calculation of the price and competitiveness of production / V.V. Efim, T.V. Bart // Methods of a quality management. – 2000. – №8. – p. 15-18.
57. A.M. Zhichkin. Management and marketing: the Textbook / A.M. Zhichkin, V.L. Belousov, Q.M. Wolves, etc.; Under Edition A.M. Zhichkina. – M.: the European center on quality. – 2002. – Volume 2. – 200 p.
58. P.V. Zhuravlyov. Technolog of management of the personnel: the Reference book of the manager / P.V. Zhuravlyov, S.A. Kortanov, etc. – M.: Examination, 1999. – 576 p.
59. P.S. Zavyalov. Competitiveness and marketing / P.S. Zavyalov // The Russian economic shop. – 1995. – №12.
60. A. Idrisov. Strategija of development of region / A. Idrisov // www.idrisov@pro-invest.com.
61. S.D. Ilenkova. Quality management: the Textbook for high schools / Ilenkova S.D., Ilenkova N.D., Mhitarjan V.S., etc.; Under Edition S.D. Ilenkovo. – M.: JUNITI, 2000. – 199 p.
62. Isikava K. Japonskie methods of quality management: abbr. Translation with english / K. Isikava. – M.: Economy, 1988. – 215 p.
63. ISO 8402:2000. Quality management and maintenance of quality: the Dictionary.
64. ISO 9000-2000 Systems of a quality management: Substantive provisions and the dictionary.
65. ISO 9001:2000. Systems of a quality management: Requirements.
66. E.N. Kadyshchev. Designing of the integrated control system of the organization at a regional level / E.N. Kadyshchev. – M.: Helios ARV, 2000. – 210 p.
67. V.J. Kershenbaum. Method kvalimetri in mechanical engineering / V.J. Kershenbaum, P.M. Boasters // Quality management, standardization and certification: Studies. The manual., 1999. – 211 p.
68. Clergy Dzh. Sistemologija. Automation of the decision of system tasks: Translation With English / Dzh. Clergy. – M.: Radio and communication, 1990. – 244 p.
69. A.I. Kovalev. Marketing the analysis / A.I. Kovalev, V.V. Vojlenko. – The book 2. – M.: Publishing house AOET, 1996. – 101 p.
70. A.M. Kovalevsky. Forward planning at the industrial enterprises and in production associations / A.M. Kovalevsky. – M.: Economy, 1973. – 320 p.
71. Konareva L. A. Product quality control in the industry of the USA / L.A. Konareva. – M.: Science, 1977. – 256 p.
72. V.V. Kondratyev. Restructuring of management of the company: the 17-modular program for managers «Management of development of the organization». The module 6 / V.V. Kondratyev, V.B. Krasnov. – M.: INFRA-M, 2000. – 240 p.
73. M.G. Konka. One the strategic approach to use Selfestimation and benchmarking / M.G. Konka // The selected works 40-th congress of the European organization on quality. Berlin, September 1996: The collection: Translation with english / Under edition And with the foreword. Ju.P. Adler. – M.: GP – Edition of magazine «Standards and quality», 1997. – C.148-157.
74. Competition and business: the collection Statutory acts / The composer L.P. Kurakov, L.N. Tolstov, V.P. Ilivanov. – Cheboksary: Publishing house the Chuvash. University, 1996. – 180 p.
75. T. Kono. Strategija and structure of the Japanese enterprises / T. Kono. – M.: progress, 1987. – 384 p.
76. The concept of national politics of Russia in the field of quality of production and services: the Decree of the President of the Russian Federation from December, 17th, 1997 1300 (in edition of the Decree of the President of the Russian Federation from January, 10th, 2000 24).
77. The brief external economic dictionary / Under edition O.S. Bogdanova. – M.: International attitudes, 1984. – 248 p.
78. G.R. Kremnev. Management productivity and quality: the 17-modular program for managers «Management of development of the organization». The module 5 / G.R. Kremnev. – M.: INFRA-M, 2000. – 256 p.

79. G.D. Krylov. Foreign experience of quality management / G.D. Krylov. – M.: Publishing house of standards, 1992. – 140 p.
80. A.M. Kuzmin. Histor of occurrence, developments and uses of a method of expansion of function of quality / A.M. Kuzmin // Methods of a quality management. – 2002. – №1, 2 – p. 4-10.
81. G.V. Kulikov. Japanese management and the theory of the international competitiveness / G.V. Kulikov; The editor-in-chief I. O. Farizov. – M.: Economy, 2000. – 247 p.
82. V.L. Kurakov. Resource maintenance of social sphere / V.L. Kurakov. – Cheboksary: Publishing house the Chuvash. University, 1998. – 216 p.
83. L.P. Kurakov. Problem of reforming of the Russian economy: the monography / L.P. Kurakov. – Cheboksary: Volgo-Vjat. Region. The center «Association of assistance to high schools», 1997. – 708 p.
84. L.P. Kurakov. Regional economic systems in modern conditions / L.P. Kurakov // Perfection of work of information structures in new conditions: The collection of proceedings. A seminar-meeting of heads of regional divisions Glavoss-vjaznadzora of the Russian Federation. – Cheboksary: the Public center of support and development of a science, formation and culture, 1998. – P. 3 – 29.
85. L.P. Kurakov. Russian economy: a condition and prospects / L.P. Kurakov. – M.: LOGOS, 1998. – 576 p.
86. L.P. Kurakov. Innovation and management: the Dictionary-directory / L.P. Kurakov, I.P. Danilov. – M.: High school and school, 2002. – 384 p.
87. L.P. Kurakov. Big an explanatory dictionary of economic and legal terms / L.P. Kurakov, V.L. Kurakov. – M.: High school and school, 2001. – 720 p.
88. Kurakov L.P. Investment of the politician in modern conditions / L.P. Kurakov, N.M. Muhetdinova, V.N. Sergeyenkov. – M.: Republic, 1996. – 216 p.
89. V.A. Lapidus. Conflict TQM with the postSoviet management at the typical Russian enterprise.»Illnesses» of the Russian management / V.A. Lapidus // Standards and quality. – 2000. – 4.
90. N.P. Lebedinsky. Bas of methodology of planning and automation of scheduled calculations / N.P. Lebedinsky. – M.: Economy, 1989. – 272 p.
91. I.G. Leonov. Product quality control: Studies. The manual / I.G. Leonov, O.V. Aristov. – M.: Publishing house of standards, 1990. – 223 p.
92. Leadership and practical skills of the manager: the 17-modular program for managers «Management of development of the organization». The module 9. – M.:INFRA-M, 2000. – 287 p.
93. V.S. Litvienko. Methodological questions of an estimation of economic aspects of competitiveness of machine-building production / V.S. Litvienko, A. Tatjanchenko // BIKI, the Appendix. – M.: VNIKI, 1981. – №1.
94. V.S. Litvinenko. Method of maintenance of competitiveness of production / V.S. Litvinenko // Standards and quality. – 1993. – №8. – p. 23-28.
95. E.N. Lobanova. Management the finance: the 17-modular program for managers «Management of development of the organization». The module 14 / E.N. Lobanova, M.A. Limityovskiy. – M.: INFRA-M, 2000. – 240 p.
96. Logistics: the Textbook / Under edition B.A. Anikin. – 2 the edition advanced and added. – M.: INFRA-M, 2001. – 352 p.
97. V.L. Lunev. Management foreign industrial firm: a rate of lectures / V.L. Lunev. – Novosibirsk, 1995. – 110 p.
98. Makkonnell Campbell, Brju Stanley L. Ekonomiks: principles, problems and a politics: In 2 Vol. Volume.2: Translation with english 11-th the edition. – M.: Republic, 1993. – 400 p.
99. A.S. Malines. Research of control systems: the textbook for high schools / A.S. Malines, V.I. Mukhin. – M.: Official body the higher school of economy, 2002. – 400 p.
100. Marketing and management: the Dictionary-directory / V.L. Kurakov, S.R. Hisamutdinov. – M.: High school and school, 2001. – 288 p. (the Presidential program of preparation of the administrative staff).
101. Technique of an estimation of a level of competitiveness of an industrial output. – M.: Publishing house of standards, 1984. – 34 p.
102. Methodical recommendations by definition of factors of competitiveness of production of branch / NIIMash.-M., 1986. – 52 p.
103. Methods of a quality management // Gosstandart of Russia. – 2001. – №8. – C.42-43.
104. E.S. Minaev. Production management and operations: the 17-modular program for managers «Management of development of the organization». The module 15 / E.S. Minaev, N.G. Ageeva, A. Abbata Daga. – M.: INFRA-M, 2000. – 256 p.
105. Mittag X-th. Statistical methods of maintenance of quality: Translation With german. / X-th. Mittag, X. Rinne. – M.: Mechanical engineering, 1995. – 616 p.
106. E.A. Mihajlova. Bas benchmarkinga / E.A. Mihajlova. – M.: The lawyer, 2002. – 110 p.
107. N.K. Moiseeva, M.G. Karpunin. Bas of the theory and practice of the is functional-cost analysis: Studies. The manual for Technical specialities. High schools. – M.: The higher school, 1988. – 192 p.
108. A. Morita. It is made in Japan: Translation with english / At E. Rejngolda's participation and M. Simomuri; The general edition and introductory article A.J. Judanova's item. – M.: Progress, 1993. – 413 p.
109. F. Nixon. Rol of administration in maintenance of quality and reliability. – M.: Publishing house of standards, 1990. – 230 p.
110. R.B. Nozdreva, A.I. Zigishko. Marketing: how to win in the market. – M.: The Finance and statistics, 1991. – 303 p.
111. V.V. Okrepilov. Dictionar of terms and definitions in the field of a managerial economics quality. – St.-Petersburg: the Science, 1999. – 527 p.
112. V.V. Okrepilov. Quality management. – M.: Economy, 1998. – 640 p.
113. A.J. Opekunov. Prospect's trustees of development of ecological normalization in the Russian Federation // Ecology and the industry of Russia. – 2000. – №6. – C.34-36.
114. A.N. Pechenkin, V.N. Fomin. About criteria of competitiveness of production and approaches to her estimation // Reliability and quality assurance. – 1995. – №2.
115. A.I. Polovinkin. Bas of engineering creativity: Studies. The manual for students High schools. – M.: Mechanical engineering, 1988. – 368 p.
116. T.M. Polhovskaja, J.P. Adler. Look before you leap // Standards and quality. – 2001. – 10.
117. M. Porter. The Competition: Translation with english: Studies. The manual. – M.: Publishing house «Williams», 2000. – 495 p.
118. M. Porter. The International competition: Translation with english / Under edition And with the foreword. V.D. ShChetina. – M.: The international attitudes, 1993. – 896 p.
119. Principles «Six sigma»: The collection of articles: Translation With English – 2 the edition, corrected. – N. Novgorod: SMZ «Priority», 2001. – 49 p.
120. Psychology. The dictionary / Under the general edition A.V. Peter, M.G. Yaroshesky. – 2 the edition., 1990.
121. Regions of Russia. Social and economic indices. 2002: The statistical collection / Goskomstat of Russia.-, 2002. – 863 p.
122. Regions of Russia: The statistical collection In 2 vol. Volume 1 / Goskomstat of Russia.-, 2001. – 615 p.
123. Regions of Russia: The statistical collection In 2 vol. Volume 2 / Goskomstat of Russia.-, 2001. – 827 p.
124. N.K. Rosova. Quality management. – St.-Petersburg: Peter, 2002. – 224 p.
125. M.Z. Svitkin, V.D. Matsuta, K.M. Rahlin. Quality management and maintenance of production on the basis of international standards ISO. – St.-Petersburg: Publishing house kartfabriki VSEGEI, 1999. – 403 p.
126. V.L. Simeons. Increase of competitiveness of production on the basis of certification of systems of quality // Quality and competitiveness in XXI century: Materials I The All-Russia scientifically-practical conference. – Cheboksary: Publishing house the Chuvash. University, 2002. – P. 41-47.

127. V.L. Simeons. System the approach to maintenance of regional competitiveness // Modern problems of transformed economy: Materials I The All-Russia scientifically-practical conference. – Cheboksary: Publishing house the Chuvash. University. 2002. – p. 291-297.
128. V.L. Simeons. Qualit and his weightiness in maintenance of competitiveness of production // Quality and competitiveness in XXI century: Materials II The All-Russia scientifically-practical conference. – Cheboksary: Publishing house the Chuvash. University, 2003. – P. 181-183.
129. V.L. Simeons. Concept of competitiveness and its[her] laws // Quality and competitiveness in XXI century: Materials II The All-Russia scientifically-practical conference. – Cheboksary: Publishing house the Chuvash. University, 2003. – P. 179-181.
130. S. Siro. Practical guidance on quality management. – M.: Mechanical engineering. 1980. – 214 p.
131. The system analysis in management: Studies. The manual / V.S. Anfilatov, A.A. Yemelyan, A.A. Kukushkin; Under Edition A.A. Yemelyanov. – M.: the Finance and statistics, 2002. – 368 p.
132. V.V. Smirnov. Increase of competitiveness of region in conditions of transformed economy (on an example of the Chuvash Republic): The author's abstract of the dissertation of Cand.Econ.Sci. Sciences. – Cheboksary, 2003. – 23 p.
133. E.A. Smirnov. Development of administrative decisions: Studies. For high schools. – M.: JUNITI-DANA, 2000. – 271 p.
134. V.G. Smirnova, B.Z. Milner, G.R.Latfullin, V.G. Antons. Organization and her business environment: the 17-modular program for managers «Management of development of the organization». The module 2. – M.: INFRA-M, 2000. – 192 p.
135. The Soviet encyclopaedic dictionary // Main edition A.M. Prohorov; Edition board: A.A. Gusev, etc. – 4 the edition. – M.: The Soviet encyclopedia, 1987. – 1600 p., silt.
136. Modern philosophy: the Dictionary and Archive. – Rostov n/D.: the Phoenix, 1996. – 551 p.
137. Social status and standard of living of the population of Chuvashiya: The statistical collection / Goskomstat of the Chuvash Republic; Edition board.: JU.K. Markov (Chairman), etc. – Cheboksary, 2002. – 213 p.
138. Social and economic position of Russia: The statistical collection / Goskomstat of the Russian Federation. – , 2002. – 416 p.
139. Statistical year-book of the Chuvash Republic: The statistical collection / Goskomstat of the Chuvash Republic; Edition board.: JU.K. Markov (Chairman), etc. – Cheboksary, 2002. – Cheboksary, 2002. – 255 p.
140. A.I. Subetto. Introduction in kvalimetriju the higher school // The Concept kvalimetri. System of categories and concepts: Studies. The manual. – The book 2. – M., 1991. – 120 p.
141. A.I. Subetto. Introduction in kvalimetriju the higher school // The General kvalimetrija and special methods kvalimetri: Studies. The manual. – The book 3. – M., 1991. – 169 p.
142. E.I. Tashlintseva, O.I. Tretjak, L.B. Shipilova, T.A. Vasiljeva. Influence of the competitive environment on functioning of the market // Problems of formation and development of the market in region: Materials The All-Russia scientifically-practical conference. Part 2. – Penza, 1997.
143. R.M. Tikhonov. Competitiveness of an industrial output. – M.: Standards Publishing House, 1985. – 176c.
144. Explanatory dictionary of market economy // The composer V.P. Tarasov, etc. 2 the edition added. – M.: Gloria, 1993.
145. About establishment of premiums of the President of the Chuvash Republic in the field of quality: the Decree of the President of the Chuvash Republic from 11/9/1999 №81.
146. Quality management: Volume 2. Principles and methods of a general management of quality. Bases of maintenance of quality / Under the common edition V.N. Azarov / MGIEEM, 2000. – 356 p.
147. Quality management: the Textbook for High schools / S.D. Ilenkova, N.D. Ilenkova, V.S. Mhitarjan, etc.; Under Edition S.D.Ilenkovej. – 2 The edition advanced and added. – M.:JUNITI-DANA, 2003. – 334 p.
148. Management of the personnel of the organization: the Textbook / Under edition A.J. Kibanova. – M.: INFRA-M, 1997 – 512 p.
149. H.A. Fashiev. Estimation of competitiveness of new technical equipment // Marketing. – 1998. – №6.
150. R.A. Fathutdinov. Competitiveness of the organization in conditions of crisis: economy, marketing, management. – M.: the publishing book-selling centere «Marketing», 2002. – 892 p.
151. R.A. Fathutdinov. Competitiveness: economy, strategy, management. – M.:INFRA-M. – 2000. – 312 p. (Higher education).
152. R.A. Fathutdinov. System of maintenance of competitiveness // Standards and quality. – 1995. – №1.
153. R.A. Fathutdinov. Strategic marketing. – 2 the edition advanced and added. – St.-Petersburg, 2002. – 448 p. (Textbooks for high schools).
154. A. Fejigenbaum. Quality assurance of production: Abbr. Translation with english / The author of the foreword the scientific editor A.V. Glichev. – M.: Economy, 1986. – 471 p.
155. D.R. Haizer, D.Klozing. Dom of quality // Rate on quality. – 1992. – №1. – p. 85-102.
156. D.H. Harrington. Quality management in the American corporations: Abbr. Translation with english / Author's introductory article and scientific edition L.A. Konareva. – M.: Economy, 1990. – 272 p.
157. A. Holl. Experience of methodology for system engineering: Translation with english M.: The Soviet Radio, 1975.
158. A. Ziqichko. The high price of competitiveness // the Economist. – 2003. – №1. – p. 31-36.
159. I.I. Chajika. Competitive struggle of the enterprises is a competition of control systems by quality // Standards and quality. – 1996. – №12. – C.55-59.
160. A.N. Chekmarev, V.A.Barvinok, V.V. Schalavin. Statistical methods of quality management. – M.: Mechanical engineering, 1999. – 320 p.
161. K. Schmidt. Benchmarking – the tool of definition of own level of development and a basis of successful introduction of system of general quality management // The elected works 40-th congress of the European organization on quality. Berlin, September 1996: The collection translation With English / Under Edition And with The foreword JU.P. Adler. – M.: GP – Edition of magazine «Standards and quality», 1997. – C.158-168.
162. J. Schumpeter. Teorija of economic development: Translation With him. – M.: Progress. 1982. – 455 p.
163. Economic safety: Manufacture – the Finance – Banks / Under Edition V.K.Senchagova. – M.: Joint-Stock Company «Finstatinform», 1998. – 621 p.
164. A.J. Judanov. Competition: the theory and practice: Studies. The manual. – 2 the edition. – M.: the Gnome Press, 1998.
165. R. Nelson. Recent Writings on Competitiveness: Boxing the Compass. – California Management Review: Winter, 1992. – P.127-137.
166. http://agava.ru/partners/romanov_art.htm.
167. <http://dsmu.donetsk.ua/library/statbook/modules/stcluan.html>.
168. <http://pitis.tsure.ru/files5/11.htm>.
169. http://www.aanet.ru/wwwk11/Books/intell/glava3_10.htm.