

4 Литке, Х.Д. Управление проектами / Х.Д. Литке. – 2-е изд. стер. – М.: Омега, 2007. – 135 с.

5 Товб, А.С. Управление проектами: стандарты, методы, опыт / А.С. Товб, Г.Л. Ципес. – 2-е изд., стер. – М.: Олимп-Бизнес, 2005. – 240 с.

6 Харрингтон, Дж. Совершенство управления проектами / Дж. Харрингтон, Т. Макнеллис. – М.: Стандарты и качества, 2007. – 229 с.

УДК 338

Пути повышения качества продукции как фактор повышения конкурентоспособности

Янущик А.В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Сорокина Т.Д.
Белорусский национальный технический университет

При развитии рыночных отношений обеспечение необходимого уровня качества продукции и услуг должно являться стратегическим направлением деятельности любой хозяйственной единицы. В то же время ключевым понятием, относящимся к объекту рынка, является его конкурентоспособность.

Качество включает в себя множество компонентов. Прежде всего, к ним относятся технико-экономические показатели качества продукции, а также качество технологии ее изготовления и эксплуатационные характеристики.

Перед тем как купить продукцию, потребитель делает глобальную оценку, основываясь на следующих составляющих: ценность, которую назначает потребитель продукции, исходя из ее способности удовлетворить свои потребности и решить его проблемы; стоимость, которую должен заплатить потребитель, покупая и используя продукцию.

Результаты деятельности предприятия и его положение на рынке зависит, с точки зрения конкурентоспособности, от двух фундаментальных составляющих:

- качество цели. Анализ и понимание потребности потребителя, определение целей качества как максимальной ценности для потребителя;
- качество исполнения. Снижение дефектности продукции.

Управление качеством—действия, осуществляемые при создании и эксплуатации или потреблении продукции в целях установления, обеспечения и поддержания необходимого уровня качества. Главная цель управления качеством продукции в условиях конкурентной экономики—достижение требуемого потребителем уровня качества с минимальными затратами. Мировой опыт по управлению и обеспечению качества продукции отражён в получивших всемирное признание международных стандартах серии 9000. Стандарты серии 9000 представляют собой основополагающий комплекс документов по качеству, охватывающий всевозможные области применения.

Качество продукции как экономическая категория в значительной степени формирует такие экономические показатели работы предприятия как себестоимость, цена, прибыль, рентабельность.

Для определения экономической эффективности от улучшения качества продукции, необходимо учитывать:

1.Для улучшения качества необходимы дополнительные текущие и одноразовые затраты.

2.Экономический эффект от улучшения качества продукции получает потребитель. В данном случае продукция реализуется и производитель увеличивает доходы.

3.Необходимо учитывать экономию от снижения количества брака.

4.Предприятие при улучшении качества продукции получает экономическую выгоду от увеличения выпуска и реализации продукции, увеличения цены реализации, увеличения экспорта.

В соответствии с национальными и экономическими особенностями различных государств формировались специфические подходы к управлению качеством на микроуровне.

Американский подход к управлению качеством продукции основан на построении системы управления качеством, охватывающей все стороны деятельности фирмы. В соответствии с данной концепцией решение проблемы качества является главной заботой специального административного подразделения.

В отличие от американского, для японского подхода характерно постоянное и повсеместное участие в деятельности по управлению качеством всех подразделений и всего персонала фирмы — от президента до рядового рабочего, обеспечение максимальной заинтере-

сованности в этом каждого работника, а также деятельность кружков качества. Кружки качества — это форма демократизации капитала, она создаёт заинтересованность рабочих в качестве, изменяет психологический климат на предприятии.

В соответствии с европейским подходом политика в области качества рассматривается как главный элемент системы управления предприятием, через который реализуются его основные цели. Данная концепция позволяет связать программы качества по стратегическим целям фирмы в достижении коммерческих результатов.

Особое значение проблемы качества продукции определяется тем, что она является комплексной и затрагивает интересы как производителей, так и потребителей и общества в целом. Качество продукции для потребителя означает пригодность к применению, надёжность, соблюдение сроков поставки, наличие системы технического сервиса, снижение удельных издержек. Для общества в целом повышение качества продукции рассматривается в аспекте ограничения риска от её применения или потребления, минимизации загрязнения окружающей среды, сбережения ресурсов, решения социальных задач. Выпуск качественной продукции предприятиями-изготовителями является фактором её конкурентоспособности и успешного продвижения на внутренние и внешние рынки, обеспечения роста объёма продаж и прибыли, эффективности использования производственных ресурсов.

Учитывая факторы, влияющие на качество продукции, а также проанализировав качество продукции на предприятии и выявив недостатки, можно предложить для внедрения следующие пути повышения качества продукции:

- Повышение качества сырья и постоянный контроль за его качеством.
- Постоянное обновление оборудования, контроль его исправности, внедрение в производство современных технологий.
- Увеличение доли стандартизированной и сертифицированной продукции.