

УДК 338.45:621

КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Студент группы 10302113 Храмцевич А.В.

Научный руководитель – канд. техн. наук, доцент Глубокий С.В.

Белорусский национальный технический университет

Минск, Беларусь

Одним из ключевых составляющих конкурентоспособности предприятия является вопрос качества производимых им товаров или оказываемых услуг. Качество – наиболее весомый критерий для покупателей при определении на долгосрочную перспективу степени того, насколько приобретенный продукт удовлетворяет предъявляемым запросам. Особое значение проблемы качества продукции определяется тем, что она является комплексной и затрагивает интересы как производителей, так и потребителей, общества в целом. Под качеством мы будем понимать совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности.

Цель работы – изучить теоретические основы качества продукции. Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

исследовать категории качества и конкурентоспособности продукции;

рассмотреть модель системы менеджмента качества, принципы и методология её функционирования;

изучить возможные пути повышения качества продукции.

Качество продукции – совокупность характеристик, придающих ей способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности [1]. По отдельности эти характеристики описывают единичные показатели качества. Комплексные показатели качества характеризуют несколько свойств изделия. Они используются при управлении качеством продукции, оценки ее конкурентоспособности. Обобщающие показатели качества характеризуют уровень качества всей продукции в целом: удельный

вес новой продукции; продукции, поставляемой на экспорт, соответствующей мировому уровню качества; сертифицированной продукции в ее общем объеме. Система показателей необходима для анализа и планирования уровня качества продукции на предприятии и определения ее конкурентоспособности. Изменение качественных показателей – процесс, требующий финансовых вложений и переоборудования производства. Усиление требований, предъявляемых потребителем к качеству продукции, сопровождается необходимостью постоянного повышения качества, без чего невозможно достижение и поддержка эффективной экономической деятельности.

Понятие «конкурентоспособность предприятия» является рыночным, многофакторным и междисциплинарным. Оно исходит из конкуренции и проявляется в конкурентных преимуществах предприятия. Конкуренция — экономическое соперничество обособленных товаропроизводителей за долю рынка. Реализация функций конкуренции приводит к необходимости создания в экономике конкурентной среды как в интересах товаропроизводителей, так и потребителей. Конкурентное преимущество предприятия — эксклюзивная ценность, которой предприятие обладает, и которая дает ему превосходство на рынке перед конкурентами. Конкурентоспособность предприятия — это его способность производить и реализовывать на рынке востребуемый товар или услугу.

Проблема повышения качества требует комплексного и системного подхода, что возможно на основе реализации системы управления качеством. Система качества — это совокупность организационной структуры, методик, процессов и ресурсов, необходимых для общего управления качеством продукции. Система управления качеством продукции — это реализация комплекса нормативных, организационно-технических и экономических мер по обеспечению необходимого уровня качества продукции при ее разработке, изготовлении, эксплуатации или потреблении [2]. С переходом на международные стандарты система управления качеством подменяется понятием «система менеджмента качества» [3]. Система менеджмента качества

представляет собой совокупность организационной структуры, распределения полномочий и ответственности, методов, процедур и ресурсов, необходимых для установления, поддержания и совершенствования качества продукции. Все системы менеджмента качества направлены на достижение фундаментальных целей. Система качества должна удовлетворять требованиям к системе управления качеством на всех стадиях жизненного цикла продукта, требованиям к системе организации производства. Организация, принимающая подход к разработке и внедрению системы качества, создает уверенность в возможностях своих процессов и качестве своей продукции, а также обеспечивает основу для постоянного улучшения. Основным документом при разработке и внедрении системы качества в организации является «Руководство по качеству», в соответствии с которым организация формирует программу качества при разработке новых видов продукции.

Для внедрения и обеспечения функционирования эффективных систем менеджмента качества, существует семейство стандартов ИСО 9000: ГОСТ Р ИСО 9000-2001, ГОСТ Р ИСО 9001-2001. Методами управления качеством продукции: экономические, организационные, социально-психологические.

В РФ действует государственная система управления качеством, целью которой является обеспечение постоянных высоких темпов эффективного улучшения качества всех видов продукции на основе использования научно-технических и социально-экономических возможностей страны. Государственная система стандартизации, позволяет стимулировать предприятие постоянно обеспечивать условия качества, соответствующие требованиям рынка. Основные отечественные системы управления качеством продукции: БИП, СБТ, КАНАРСПИ, НОРМ, КСУКП, КСПЭП.

Обеспечение качества продукции, осуществляется в рамках системы менеджмента качества, проверке соответствия показателей качества продукции требованиям СТБ, ГОСТ, СПП, инструкций и методик, результатов проверок и анализа. Качество изделия зависит от оборудования, технологии изготовления, квалификации кадров, характеристики получаемых со стороны сырья материалов, полуфабрикатов. Планирование качества - процесс разработки

заданий по повышению уровня качества изделий, мероприятий, обеспечивающих возможность реализации этих заданий. Мероприятия повышения качества продукции: конструкторские, технологические, контрольные и испытательные, организационно-производственные. Существенные возможности улучшения качества кроются в повышении культуры производства.

Контроль уровня качества, проводимый на предприятии, не является завершающей проверкой степени соответствия заявленного качества реальному уровню. Именно потребитель повторной покупкой или отказом от нее показывает фирме, насколько удовлетворительно сработали ее подразделения, отвечающие за обеспечение качества товаров и услуг. Качество продукта – наиболее весомый критерий для покупателей при определении на долгосрочную перспективу степени того, насколько приобретенный продукт удовлетворяет предъявляемым запросам. Это тот показатель, которому предприятие уделяет наибольшее внимание для выхода на прибыльный рынок, и именно качество играет важнейшую роль в конкурентноспособности произведенного продукта на рынке.

Литература

1. Ильин, А.И. Экономика предприятия: учебное пособие / В.П. Волков, А.И. Ильин, В.И. Станкевич [и др.]; под общ. ред. А.И. Ильина. – Москва: Новое знание, 2012. – 677 с.
2. Головачев, А.С. Экономика предприятия: учебное пособие – Минск: Выш.шк., 2008. – 464с.
3. Ресурс «Инновации и предпринимательство», «Система менеджмента качества» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.innovbusiness.ru>.