

PR в системе менеджмента качества

Левданская Е.С.

Научный руководитель - старший преподаватель Кисель Н.П.
Белорусский национальный технический университет

Система менеджмента качества является показателем надежности и возможности предприятия производить продукцию (услуги) не только в соответствии с законодательными требованиями, но и с индивидуальными требованиями заказчика. При этом ее главная задача - не контролировать каждую единицу продукции, а сделать так, чтобы не было ошибок в работе, которые могли бы привести к появлению брака.

Внутренняя эффективность организации – необходимое, но не достаточное условие ее успешной деятельности на рынке. Важно, чтобы общественность признала и оценила достигнутые результаты. Слабая информационная поддержка, неправильная реакция на действия конкурентов, ошибки в маркетинговом планировании, неграмотное продвижение товаров и услуг – эти проблемные зоны создают поле деятельности для связей с общественностью.

Public Relation (PR) - это управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных отношений между организацией и общественностью.

PR-это не только средство создания благоприятного мнения об организации, но и средство влияния внешней и внутренней среды на организацию через процесс обратной связи. Для этого применяются различные исследования, результатом которых являются данные о желаниях, предпочтениях потребителей, их отношении к данной организации и ее продукции, а также степень их удовлетворения качеством. Данные исследования отражают главный принцип в менеджменте качества - ориентация на потребителя. Из этого можно сделать вывод о наличии взаимосвязи PR и СМК.

PR призван исследовать мнения потребителей, а также создавать их и влиять на них, а СМК и менеджмент качества в целом - влиять на качество продукции, улучшать его настолько, чтобы потребители имели хорошее мнение об организации.