

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ

Ефименко А.Г., Моргун А.Н.
Могилевский государственный университет продовольствия,
г. Могилев, Республика Беларусь

Повышение качества отечественных товаров и услуг имеет первостепенное значение для выхода продукции белорусских товаропроизводителей на зарубежные рынки, для интеграции страны в мировую экономическую систему. Нарращивание объемов экспорта возможно только при увеличении выпуска конкурентоспособной продукции и расширении ее номенклатуры. Основной задачей, обеспечивающей реализацию политики государства в области качества, является создание условий, способствующих созданию конкурентоспособных отечественных товаров, дальнейшему насыщению потребительского рынка качественными безопасными энергоэффективными товарами, внедрение в промышленное производство современных методов и форм управления качеством, оздоровлению окружающей среды, экономия материальных и энергетических ресурсов.

В соответствии с поставленной задачей необходима реализация следующих направлений:

- проведение сертификации продукции, систем управления качеством, систем управления окружающей средой с целью подтверждения их соответствия государственным и международным требованиям;
- обеспечение внедрения на предприятиях Республики Беларусь ресурсосберегающих и энергоэффективных технологий;
- стимулирование создания новых видов конкурентоспособных товаров;
- развитие технического нормирования и стандартизации;
- совершенствование форм и методов управления качеством на всех уровнях управления;
- развитие системы подтверждения соответствия продукции, услуг, систем управления;
- совершенствование информационного обеспечения в области качества и конкурентоспособности;
- активации пропаганды в области управления качеством во всех сферах деятельности.

Длительное время удовлетворение потребностей человека в качественных продуктах обеспечивалось системой контроля качества. Суть такой системы – обнаружение дефектной продукции и изъятие ее из производственного процесса. Насыщение рынка различной новой продукцией вызвало к жизни понятие конкурентоспособности продукции, под которым понимается:

- способность продукции соответствовать в определенный период времени требованиям рынка;
- способность продукции быть успешно реализованной при наличии предложений на рынке продукции аналогичного типа.

Проведенные исследования показали, что управление качеством продукции - постоянный, планомерный и целенаправленный на всех уровнях управления и стадиях жизненного цикла продукции процесс воздействия на факторы и условия, обеспечивающие создание продукции оптимального с точки зрения общественного производства уровня качества и полноценного ее использования.