

2. Доронин А. Ф., Ипатова Л. Г., Кочеткова А. А., Нечаев А. П., Хуршудян С. А., Шубина О. Г. Функциональные пищевые продукты. Введение в технологии. / Под ред. А. А. Кочетковой. – М.: ДеЛиПринт, 2009. – 288 с.
 3. Правила организации и ведения технологического процесса на крупных предприятиях. Часть 1. - ВНПО Зернопродукт. – 1990. – 82 с.
 4. Способ производства толокна: пат. 2060688 / Е. М. Мельников, В. Г. Карпов, С. В. Краус, С. Н. Посадкова, Л. Ю. Орешкина; заявитель Всероссийский научно-исследовательский институт крахмалопродуктов // Официальн. бюл. / Нац. Центр интеллектуальной собственности. – 1996. – № 2. – С. 174.
- УДК 339: 637.12

КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Ефименко А. Г., Моргунов А. Н.

УО «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. Нарастивание 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, оздоровление окружающей среды, экономия материальных и энергетических ресурсов.

Длительное время удовлетворение потребностей человека в качественных продуктах обеспечивалось системой контроля качества. Сутью такой системы является 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.

Для победы в конкурентной борьбе системы контроля качества продукции уже стало недостаточно. Возникла необходимость в выявлении и анализе причин появления некачественной продукции и разработке мероприятий по ее предотвращению.

За основу следует брать не контроль конечного результата производственной деятельности, а целенаправленное воздействие на процесс формирования качества продукта.

Проблема является актуальной, так как 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.

Как показывает опыт, никакие эпизодические, разрозненные мероприятия не смогут обеспечить устойчивое улучшение качества. Проблема может быть решена только при условии создания четкой системы постоянно действующих мероприятий, включающих:

- Маркетинговые исследования с изучением требований потребителей к продукции, рынка сбыта и возможностей поставщиков сырья, материальных ресурсов в отношении качества.

- Проектирование и разработка продукции с изготовлением опытного образца и разработки технической документации (конструкторской и технологической).

- Организация производства с подготовкой и обеспечением технологического процесса производства в соответствии с принципами НАССР, внедрением систем менеджмента качества ISO 9001.

- Организация контроля качества продукции с внедрением современной многоуровневой системы аналитических методов исследований, обеспечивающей действенный контроль как показателей качества, так и идентификации, основанной на современных аналитических технологиях.

- Сохранение качества продукции на основе мониторинга контроля по показателям качества на всех стадиях хранения, транспортировки и реализации пищевой продукции.

Таким образом, качество продукции является основополагающим фактором улучшения конкурентоспособности продукции и организации в целом.