

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ МИНСКОГО ТРАКТОРНОГО ЗАВОДА

По определению Международной организации по стандартизации (ИСО), качество – это набор свойств товара, которые удовлетворяют конкурентную потребность. К такому набору относят:

– технические (функциональность, долговечность и т.д.), определение области применения и функции;

– эргономические, характеризующие изделие с точки зрения соответствия свойствам человеческого организма в процессе выполнения трудовых операций;

– эстетические, служащие для моделирования внешнего восприятия изделия с позиции, важной для покупателя;

– нормативные, отражающие свойства, которые регламентируются обязательными нормами, стандартами и должны быть сертифицированы.

Нормативные параметры можно разделить на те, которые вырабатываются международными организациями, национальными службами, непосредственно потребителями.

Следует отметить, что нормативные параметры и их уровень для одного и того же изделия на различных рынках могут существенно отличаться. Иногда даже полное соответствие товара требованиям международных стандартов не исключает несоответствие его параметров нормам отдельной страны. Например, согласно требованиям ИСО, тормозная система трактора должна обеспечивать его удержание на сухой бетонной поверхности с углом наклона 15 градусов, а по национальному стандарту США угол наклона должен соответствовать 20 градусам. Следовательно, машина, ориентированная на международный стандарт, на рынке США будет неконкурентоспособной.

При этом главным мерилom качества остается потребность покупателя. Успех на рынке сопутствует производителю, понимающему, что для выигрыша в конкурентной борьбе важными становятся не те характеристики изделия, которые отмечают эксперты, поскольку дело не в ключевых различиях между продуцентами. Конкурентные преимущества имеют те изделия, которые отличаются более высоким качеством в глазах покупателей. Таким образом, качество – это конкретное, “адресное” понятие. Товар, воспринимаемый как качественный одной группой покупателей (сегментом), может оказаться неподходящим, некачественным для другой группы.

Лучшее качество продукции обеспечивается также за счет постоянных нововведений. В настоящее время достижения предприятий в повышении качества товаров прочно связывают с их инновационной способностью. На смену принципам максимизации в удовлетворении потребностей приходит концепция “эффективного потребления”: “от большего – к лучшему - разнообразному”. Товары, конкурируя между собой, подвергаются сравнению и проверке покупателем на соответствие потребительским качествам.

Одной из основных проблем Минского тракторного завода, которая в значительной степени влияет на качество выпускаемой продукции, является отсутствие современной высокоэффективной системы проверки качества как готовой продукции в целом, так и сырья, материалов, комплектующих при их приобретении, а также при передаче непосредственно в производство. Это в значительной степени затрудняет обеспечение высокого уровня контроля качества, что проявляется в снижении потребительских свойств готового продукта.

В связи с этим одна из главных задач состоит в том, чтобы в зависимости от спроса и предложения рынка, а также конкурентоспособности продукции сформировать надежный механизм управления качеством с помощью маркетинга. Управляющие решения находятся в тесной взаимосвязи с мероприятиями по обеспечению и поддержанию потребительских качеств продукции.

Для реализации стратегии маркетинга относительно качества продукции МТЗ предлагаются следующие мероприятия:

- **управление качеством:** создается отдел для определения требований покупателей, разработки продуктов с целью выполнения пожеланий покупателей с учетом конкретных возможностей изготовления;

- **кругок качества:** обмен идеями внутри завода о возможностях повышения качества (например, путем регулярного проведения дискуссий);

- **программа действий по поэтапному выполнению требований ИСО 9000:** так как этот стандарт относится к различным технологиям и процессам внутри предприятия, то необходимо выделить соответствующие ориентиры;

- **учет требований потенциальных и реальных партнеров.**

Таким образом, основными факторами повышения качества продукции ПО “Минский тракторный завод” являются:

- серийное оснащение с учетом требований покупателей;

- акцент на систему качества того рынка, на котором осуществляется деятельность;

- более жесткий контроль качества внутри предприятия как в отношении готовой продукции, так и сырья, комплектующих;

- выпуск технически высококачественных машин, жесткость конструкции и возможность многостороннего применения, выгодные затраты на обслуживание, низкая подверженность поломкам и длительный срок службы.

Т.Г. Зорина
БГЭУ (Минск)

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКИ МЕТОДОМ РЕГРЕССИОННОГО АНАЛИЗА

Опыт современной хозяйственной практики экономически развитых стран, общественное производство которых организовано на основе рыночных отношений, свидетельствует, что качество – имен-