

являться несоответствия между текущей работой и требованиями стандарта. Эти отклонения необходимо фиксировать. Затем по итогам аудита проводится корректировка работы сотрудников, а также нормативной документации для того, чтобы в дальнейшем избегать отклонений.

Этап 7. Получение сертификата. Для того чтобы сертифицировать СМК, необходимо подать заявление в сертификационный орган. Первоначально следует представить в сертификационный орган ряд документов: заявление о сертификации, все документы по СМК, перечень основных потребителей и поставщиков предприятия. Специалисты сертификационного органа в течение месяца проводят экспертизу представленных документов. По итогам проверки составляется протокол, в котором фиксируются все несоответствия между СМК и требованиями ISO 9001, задача предприятия – как можно быстрее устранить их и доказать это сертификационному органу. После этого проводится собственно сертификация. Если все значимые несоответствия устранены, предприятию выдается сертификат. Повторные аудиты СМК сертификационный орган проводит с определенной периодичностью.

Библиографический список

1. Крайер, Э. Успешная сертификация на соответствие нормам ИСО серии 9000. – М.: ИзДАТ, 1999. – 400 с.
2. Международный стандарт ИСО 9000-2000. Системы менеджмента качества – основы и словарь.
3. Международный стандарт ИСО 9001-2000. Системы менеджмента качества. Требования.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Е.П. Кузнецова, А.И. Никитин

Белгородский государственный университет,
г. Белгород, Россия

В современных экономических условиях хозяйствования повышение эффективности процесса управления развитием любого предприятия (в т.ч. предприятия по производству синтетических моющих средств (СМС)) во многом зависит от адекватной оценки его конкурентоспособности. Конкурентоспособность может быть рассмотрена как совокупность потребительских свойств товара или продукции, характеризующая их отличие от товара-конкурента по степени соответствия конкретным общественным потребностям, с учетом затрат на их удовлетворение и цен.

Важнейшими факторами конкурентоспособности являются технический уровень и качество продукции, ориентированность последней на определенного потребителя. К числу обязательных компонентов конкурентоспособности целесообразно отнести следующие: группа экономических показателей, цена, затраты на эксплуатацию, утилизацию, а также группа неценовых договоров – условия платежа, условия сервиса, уровень снабженческо-сбытовой сети, реклама, имидж и т.д. Конкурентоспособность товара во взаимосвязи с ценой создает благоприятные предпосылки для реализации продукции. На внешнем рынке в связи со значительным расширением круга продуцентов и поставщиков однородной продукции (машин, оборудования, СМС) требования в современных условиях самопланирования к конкурентоспособности существенно повышаются. Конкурентоспособность в настоящее время означает возможность продажи данного товара на конкретном рынке аналогичных и соответствующих по удовлетворяемой потребности товаров-конкурентов. Механизм товарной конкурентоспособности приводит к формированию пропорций распределения объемов продажи конкурирующих товаров и предприятий-изготовителей и поставщиков на этом рынке (включая рынок СМС и жидких моющих средств (ЖМС)).

Для предварительной оценки уровня конкурентоспособности любого вида товара применяется система показателей, включающая в себя:

единичные показатели – процентное соотношение величин какого-либо технического или экономического параметра данного товара и соответствующего параметра товара-конкурента;

групповой показатель – сводный показатель, объединяющий единичные и отражающий уровень конкурентоспособности по одинаковым группам параметров (технические, экономические, нормативные);

интегральный показатель – количественная характеристика конкурентоспособности товара в виде отношения суммы группового показателя по техническим и неценовым параметрам к групповому показателю по экономическим параметрам.

Как правило, для проведения оценки конкурентоспособности используются дифференцированный (по единичным показателям), комплексный (по групповым) и смешанный методы.

Конкурентоспособная продукция легко и быстро реализуется на рынке по наименее затратным каналам сбыта. Степень удовлетворенности покупателя товаром складывается из совокупности мнений единичных покупателей и формируется еще в преддверии появления его на рынке. Именно на этом этапе и происходит острая конкурентная борьба за потребителя. При неизменных качественных характеристиках товара его конкурентоспособность может широко варьироваться, реагируя на изменение конъюнктуры рынка, воздействия рекламы и пр.

За последние годы предприятия-производители моющих средств достигли больших успехов в значительном улучшении составов моющих средств в соответствии с растущими требованиями как со стороны потребителей, так и со стороны регулирующих органов. Это привело к изменениям почти всех компонентов традиционных рецептурных составов – от системы активных веществ и наполнителей до специальных добавок. Однако большинство из этих усовершенствований может быть эффективным лишь при соблюдении условия постоянного контроля над пенообразованием в процессе стирки, так как количество пены оказывает непосредственное влияние на качественные параметры работы современных стиральных машин. Оптимальные моющие характеристики могут быть достигнуты только тогда, когда образование пены находится под постоянным контролем, и ткань полностью погружена в моющий раствор. В соответствии с этими требованиями стратегия деятельности предприятий по выпуску СМС должна быть сориентирована на расширение ассортимента продукции, выпуск доступных для большинства потребительских групп населения стиральных порошков с новыми, улучшенными рецептурами, обеспечивающими в процессе своего использования высокие потребительские свойства. Это, в свою очередь, позволит значительно улучшить качественные характеристики выпускаемой продукции, а значит, повысить уровень ее конкурентоспособности и предприятия в целом как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Кроме того, для повышения конкурентоспособности любых объектов необходимо сделать отбор наиболее важных показателей и факторов макросреды, инфраструктуры региона и микросреды организации, осуществлять регулярный учет и анализ этих параметров.

ИССЛЕДОВАНИЕ ВОПРОСОВ КАЧЕСТВА НА РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ (на примере Курска и Курской области)

И.Ю. Куприянова, Е.В. Солнцева

Курский государственный технический университет,
г. Курск, Россия

Инструмент, запускающий механизм непрерывного улучшения качества на производстве, хорошо известен – это международные стандарты серии ИСО 9000:2000, организующие системы управления на предприятиях. Для адаптации и внедрения серии названных стандартов необходимы квалифицированные специалисты. Студент является посредником, несущим полученные знания на производство. Наибольшую выгоду от качест-