

КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

А.Г. ГУДКОВА

*Кубанский государственный технологический университет,
350072, Российская Федерация, г. Краснодар, ул. Московская, 2,
электронная почта: alenagennadievna@list.ru*

Одной из приоритетных задач любого предприятия в современных условиях хозяйствования является повышение качества продукции, определяющее не только выживаемость предприятия в условиях рынка, но и обеспечивающее рост эффективности производства и экономию всех видов ресурсов, что позволяет более полно удовлетворять потребности общества. Проблема повышения качества может быть решена только при совместных усилиях государства, федеральных органов управления, руководителей и членов трудовых коллективов предприятий. Важную роль в решении этой проблемы играют потребители, диктующие свои требования и запросы производителям товаров и услуг. Улучшение качества продукции – важнейшее направление интенсивного развития экономики, источник экономического роста, эффективности общественного производства. В этих условиях возрастает значение комплексного управления качеством продукции и эффективностью производства.

Ключевые слова: качество продукции, экономический рост, система показателей, комплексный подход, эффективное управление, система управления качеством.

Отметим, что системы управления качеством, функционирующие на различных предприятиях, индивидуальны. Тем не менее, мировая наука и практика сформировали общие признаки этих систем, а также методы и принципы, которые могут применяться в каждой из них.

Управление качеством на предприятии является одним из звеньев цикла управления и представляет «такой вид руководящей деятельности, который обеспечивает проектирование, изготовление и реализацию товаров, обладающих достаточно высокой степенью полезности и удовлетворяющих запросы потребителей» [2].

В научной и специальной литературе можно встретить самые различные формулировки сущности качества продукции, но есть и стандартная, согласно которой качество – это совокупность свойств продукции, обуславливающих её пригодность удовлетворять определённые потребности в соответствии с её назначением [4].

Известный американский специалист в области качества продукции А. Фейгенбаум утверждает, что: «Качество изделия или услуги можно определить, как общую совокупность технических, технологических и эксплуатационных характеристик изделия и услуги, посредством которых изделие или услуга будут отвечать требованиям потребителя при их эксплуатации» [5].

Приведенные точки зрения подтверждают актуальность проблемы повышения качества продукции, являющиеся на современном этапе развития экономики и общества приоритетными для любого предприятия. При этом следует отметить значимость такого фактора как «качество продукции», играющего определяющую роль при повышении конкурентоспособности предприятия.

Понятие «качество продукции» как экономическая категория и объект экономической науки тесно связано с категорией потребительской стоимости, проявляющейся лишь в процессе использования товара.

Экономическое содержание категории качества обуславливается оценкой общественной полезности продукта. Мерой этой полезности является общественно необходимое качество. Оно предопределяет достижение такого уровня потребительских свойств продукции, который бы удовлетворил потребности общества при наиболее рациональном использовании имеющихся в его распоряжении материальных, финансовых и трудовых ресурсов.

При этом качество тесно связано с потребительной стоимостью, которая складывается из продажной цены и суммы издержек потребителя продукции за весь нормативный срок её службы.

С точки зрения использования совокупности потребительских свойств товара, следует различать понятия «потребительная стоимость», «качество» и «полезный эффект».

Потребительная стоимость – способность товара удовлетворять определённые потребности.

Качество – потенциальная способность товара удовлетворять конкретную потребность.

Полезный эффект – действительная (фактическая) способность товара удовлетворять конкретную потребность.

Соотношение этих понятий показано на рисунке 1.

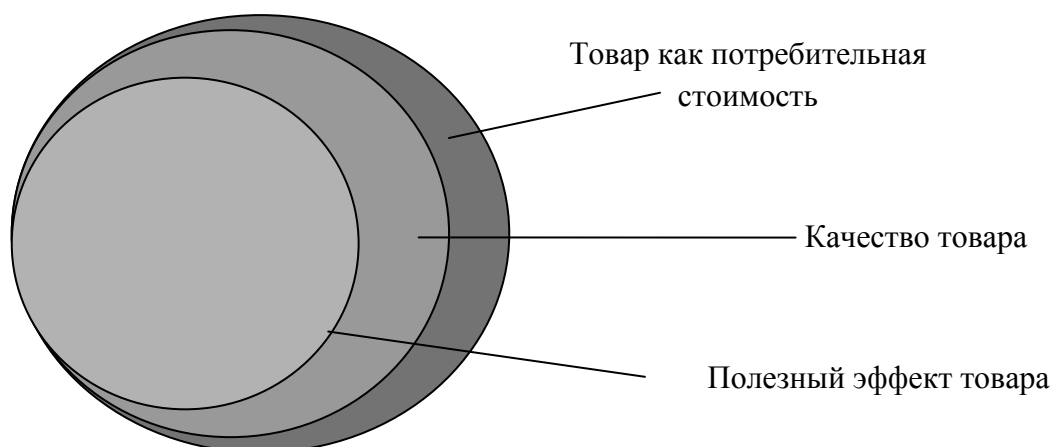


Рисунок 1 – Соотношение потребительной стоимости, качества товара и полезного эффекта товара с точки зрения использования потребительских свойств в конкретных условиях

Уровень качества продукции определяется на основе системы показателей её качества. Различают обобщающие, индивидуальные и косвенные показатели (рисунок 2).

Обобщающие показатели качества характеризуют уровень качества продукции в целом по отрасли или предприятию. Индивидуальные (единичные) показатели очень разнообразны и зависят от специфики той или иной продукции. Косвенным показателем качества продукции является брак. Он делится на: исправимый и неисправимый; внутренний (выявленный на предприятии) и внешний (выявленный потребителями). Выпуск брака ведет к повышению себестоимости продукции, уменьшению объема товарной и реализованной продукции, снижению прибыли и рентабельности.

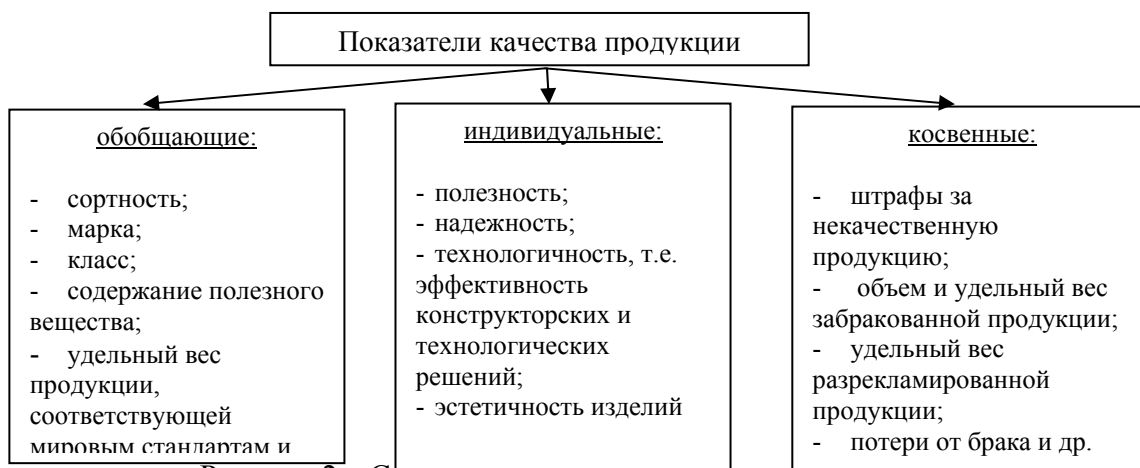


Рисунок 2 – Система показателей качества продукции

Совокупность перечисленных показателей формирует качество продукции. Итак, изделие должно быть надёжным, эстетически радующим глаз, хорошо выполнять свои функции, то есть удовлетворять те потребности, для которых оно предназначено.

Для достижения поставленных целей предприятие должно организовывать свою деятельность так, чтобы держать под контролем все технические, административные и человеческие факторы, влияющие на качество производимой продукции и услуг. Управление на предприятии должно быть ориентировано на выявление, сокращение, устранение и, что наиболее важно, предупреждение выпуска продукции неудовлетворительного качества.

Такой подход обеспечивает комплексная система управления качеством (Integrated Quality Control), идея которого заключается в следующем: поскольку на качество влияет множество факторов, необходимо, чтобы все эти факторы были под воздействием управления качеством. Не менее важно, чтобы это воздействие оказывалось на всех этапах производства, где как раз и формируется качество продукции. При этом нужно установить чёткую взаимосвязь в работе всех подразделений, участвующих в решении проблем качества [1].

Учёт всех факторов качества, охват всех этапов работ и увязка работ подразделений в единую систему обеспечения качества – это и есть комплексное управление качеством.

Другими словами, управление качеством продукции – это постоянный, планомерный, целеустремлённый процесс воздействия на всех уровнях на факторы и условия, обеспечивающий создание продукции оптимального качества и полноценное её использование.

Как известно, сущность всякого управления заключается в выработке управляющих решений и последующей реализации предусмотренных этими решениями управляющих воздействий на определённом объекте управления [5-8]. При управлении качеством продукции непосредственными объектами управления, как правило, являются процессы, от которых зависит качество

продукции. Они организуются и протекают как на допроизводственной, так и на производственной и послепроизводственной стадиях жизненного цикла продукции.

В соответствии со стандартами ИСО 9000, жизненный цикл продукции, который в зарубежной литературе обозначается как петля качества, включает 11 этапов, изображенных на рисунке 3.



Рисунок 3 - Управление качеством продукции (петля качества)

Система качества функционирует характерным образом одновременно со всеми остальными видами деятельности, влияющими на качество продукции или услуги, и взаимодействует с ними. Её воздействие распространяется на все

<http://ntk.kubstu.ru/file/1391>

этапы от первоначального определения и до конечного удовлетворения требований и потребностей потребителя.

Общее руководство качеством является той частью общей функции управления, в рамках которой определяется и реализуется политика в области качества. Ответственность за проведение политики в области качества берёт на себя руководство высшего звена [3].

Политика в области качества может быть сформулирована в виде принципа деятельности предприятия или долгосрочной цели и включать:

- улучшение экономического положения предприятия;
- расширение или завоевание новых рынков сбыта;
- достижение технического уровня продукции, превышающего уровень других предприятий;
- ориентацию на удовлетворение требований потребителя определённых отраслей или регионов;
- освоение изделий, функциональные возможности которых реализуются на новых принципах;
- улучшение важнейших показателей качества продукции;
- снижение уровня дефектности изготавливаемой продукции;
- увеличение сроков гарантии на продукцию;
- развитие сервиса.

Политика в области качества должна быть согласована с другими направлениями деятельности предприятия. При этом руководство должно принимать необходимые меры, обеспечивающие понимание общей политики в области качества, её осуществление и неуклонное проведение.

Таким образом, в области качества перед организацией должны стоять три основные задачи:

- достижение и поддержание качества продукции или услуги на уровне, обеспечивающем постоянное удовлетворение установленных или предлагаемых требований потребителя;
- обеспечение уверенности руководства, что намеченное качество достигается и поддерживается на заданном уровне;

- обеспечение уверенности потребителей, что намеченное качество поставляемой продукции или предоставляемой услуги достигается или будет достигнуто. Если это предусмотрено контрактом, обеспечение уверенности может означать взаимосогласованные требования представления доказательств.

Работа выполнена в рамках I Научно-методической конференции, посвященной всемирному дню качества: «Стратегия качества в эффективном менеджменте: опыт построения системы менеджмента качества», КубГТУ, 10 ноября 2016.

ЛИТЕРАТУРА

1. Коломыц О.Н. Основные подходы к оценке качества санаторно-курортных услуг // Устойчивое развитие курортных территорий: туризм, рекреационный комплекс, инфраструктурное обеспечение. Научно-практический сборник по итогам II Всероссийской научно-практической интернет-конференции с международным участием. - 2016. - С. 28-30.

2. Prokhorova V.V., Shutilov F.V., Belova E.O. Main stages of the formation of an economic cluster // International Journal of Economics and Financial Issues. - 2016. - Т. 6. -№ S1. - P. 261-265.

3. Gavrysh K.S., Shutilov F.V. The main competences staff of the hospitality industry // Экономика и предпринимательство. - 2015. - № 4-1 (57-1). - С. 811-813.

4. Гудкова А.Г., Прохорова В.В. Актуальные вопросы регионального развития (на примере туристической сферы региона) / Сборник научных статей факультета экономики, управления и бизнеса ФГБОУ ВПО «КубГТУ». – Краснодар, 2015. – С.148-150.

5. Прохорова В.В., Ключко Е.Н. Конкурентоспособность региональных экономических систем // Представительная власть XXI век: законодательство, комментарии, проблемы. – 2015. - № 5-8. – С. 13-14.

REFERENCES

1. Kolomyts O.N. Osnovnye podkhody k otsenke kachestva sanatorno-kurortnykh uslug // Ustoychivoe razvitie kurortnykh territoriy: turizm, rekreatsionnyy

kompleks, infrastrukturnoe obespechenie. Nauchno-prakticheskiy sbornik po itogam II Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy internet-konferentsii s mezhdunarodnym uchastiem. - 2016. - S. 28-30.

2. Prokhorova V.V., Shutilov F.V., Belova E.O. Main stages of the formation of an economic cluster // International Journal of Economics and Financial Issues. - 2016. - T. 6. -№ S1. - P. 261-265.

3. Gavrysh K.S., Shutilov F.V. The main competences staff of the hospitality industry // Ekonomika i predprinimatelstvo. - 2015. - № 4-1 (57-1). - S. 811-813.

4. Gudkova A.G., Prokhorova V.V. Aktualnye voprosy regionalnogo razvitiya (na primere turistichekoy sfery regiona) / Sbornik nauchnykh statey fakulteta ekonomiki, upravleniya i biznesa FGBOU VPO «KubGTU». – Krasnodar, 2015. – S.148-150.

5. Prokhorova V.V., Klochko E.N. Konkurentosposobnost regionalnykh ekonomicheskikh sistem // Predstavitelnaya vlast XXI vek: zakonodatelstvo, kommentarii, problemy. – 2015. - № 5-8. – S. 13-14

INTEGRATED APPROACH TO MANAGING QUALITY PRODUCT MODERN ENTERPRISE

A.G. GUDKOVA

*Kuban State Technological University,
2, Moskovskaya st., Krasnodar, Russian Federation, 350072,
e-mail: alenagennadijevna@list.ru*

One of the priorities of any business in today's economic conditions is to improve product quality, which determines not only the survival of the enterprise in market conditions, but also provides increased production efficiency and saving all types of resources, allowing more fully meet the needs of society. The problem of improvement of quality can only be solved through joint efforts of the state and federal governments, leaders and members of labor collectives of the enterprises. An important role in solving this problem is played consumers dictate their demands and requests producers of goods and services. Improving the quality of products - the major direction of intensive development of the economy, a source of economic growth and efficiency of social production. In these conditions, the value of the integrated management of product quality and production efficiency.

Key words: product quality, economic growth, Scorecard, a comprehensive approach, efficient management, quality management system.