

Тузубекова Мадина Конратбаевна

канд. экон. наук, доцент

Нугуманова Айнагуль

магистрант

Кокшетауский университет им. А. Мырзахметова

г. Кокшетау, Республика Казахстан

МЕСТО И РОЛЬ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ В КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

***Аннотация:** в данной статье авторами рассмотрены основные вопросы качества продукции и услуг, которое ориентируется на максимальное удовлетворение требований потребителей в условиях перехода к экономическим методам управления на принципах хозяйственной самостоятельности и конкуренции.*

***Ключевые слова:** качество, продукция, услуги, потребители, эффективность, управление.*

Непрерывный рост требований к техническому уровню, качеству продукции и услуг, темпам обновляемости, ориентация на максимальное удовлетворение требований потребителей в условиях перехода к экономическим методам управления на принципах хозяйственной самостоятельности и конкуренции, обуславливает необходимость существенного повышения эффективности и обоснованности мероприятий и решений в области обеспечения качества продукции. Совершенствование процесса обеспечения качества на предприятии следует рассматривать как важнейшее направление повышения эффективности предприятия в целом. От эффективности управленческих решений, принимаемых на данном этапе, во многом зависит успех производственно-хозяйственной и финансовой деятельности предприятия.

Анализ места и роли процессов выработки управленческих решений на предприятии, в виду его специфичности, следует начать с характеристики промышленности.

В новых условиях особое место занимает качество продукции, так как в конкурентной среде рынка на первом месте выступает не количество выпуска продукции, а его качество. Управление и обеспечение качества в структуре управления реализуется путем выполнения специальных функций. Но сначала остановимся на самом понятии «качество».

Содержание категории «качество» развивалось в процессе эволюции методов производства и управления: от понимания качества как степени соответствующих параметров продукции требованиям технической документации, до акцентирования внимания на потребительской направленности продукции. Цепочка понятия качества, представленная на рис. 2, отражает 3 разных аспекта качества.

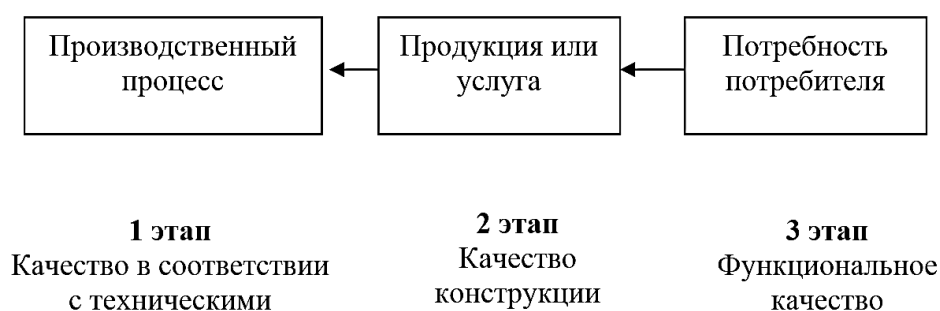


Рис. 1. Цепочка качества

На 1 этапе качество означает ту ступень, в которой услуга или товар предприятия соответствуют его внутренним техническим условиям. Этот аспект называют качеством соответствия техническим условиям.

На этапе 2 оценивается качество конструкции. Иначе говоря, качество может отвечать техническим требованиям предприятия на конструкцию изделия, но сама конструкция может быть как высокого, так и низкого качества. Наконец, на третьем этапе качество означает ту ступень, в которой работа или функционирование услуг или товаров предприятия удовлетворяют потребностям потребителей. Этот аспект называется функциональным качеством.

Достижение уровня качества продукции, удовлетворяющего требованиям потребителей, осуществляется на основании управления качеством. Наиболее полное определение этого понятия дал японский профессор Исикава Каору, один из ведущих специалистов в области разработки методов управления качеством.

«Управление качеством – это революция мышления в управлении производством. Заниматься управлением качеством – значит разрабатывать, проектировать, выпускать и обслуживать качественную продукцию, которая является наиболее экономичной, наиболее полезной для потребителя и всегда удовлетворяет его потребности.

Что касается терминологии стандартов ISO серии 9000, она включает в себя неконкретные, громоздкие, а порой и прямо противоречащие здравому смыслу определения основных терминов. Так, термин качество подменён термином полезность (потребительная стоимость), определение терминов управление качеством и обеспечение качества не раскрывает сущности этих понятий, а определение термина обеспечение качества, кроме того, являет собой наглядный пример тавтологии. Нет ясности и в соотношении понятий обеспечение качества и управление качеством и т. д.

Наличие указанных проблем говорит о том, что уровень теоретической базы в этой области ещё далёк от того, чтобы можно было говорить об управлении и обеспечении качества как о сформировавшемся аспекте в науке управления. Имея только набор практических рекомендаций, без их должного теоретического осмысления, невозможно организовать эффективное, осознанное управление качеством.

В современных условиях целью управления качеством продукции (УКП) на предприятии является достижение уровня качества, соответствующего требованиям избранного рынка, с минимальными затратами. Данная цель предполагает последовательное решение двух задач: определение степени соответствия качества исследуемого объекта конкретной потребности (оценка качества); выявление путей достижения требуемого потребителем уровня качества с наименьшими производственными затратами.

Законы функционирования рыночного механизма хозяйствования влекут за собой необходимость комплексного решения проблем по повышению эффективности качеством продукции на базе реорганизации существующей системы управления на предприятиях и перехода к управлению обеспечения качества как

неотъемлемой части процесса управления производством в целом, использование исследований требований потребителей к продукции и прогнозирование будущих тенденций, повышение роли аналитических методов на всех стадиях жизненного цикла продукции.

Список литературы

1. Глудкин О.П. Всеобщее управление качеством: Учебник для вузов. – Радикон связь. – 2007.
2. Окрепилов В.В. Управление качеством. – М.: Экономика, 2000.
3. Статистические методы повышения качества / Под ред. Хотоси Куме. – М.: Финансы и статистика, 2008.
4. Мухамендияров Д.З. Управление и контроль качества. – Караганда, 2001.
5. Совершенствование системы управления качеством [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://xreferat.com/60/6249-1-sovershenstvovanie-sistemy-upravleniya-kachestvom.html> (дата обращения: 08.04.2017).