

# РОЛЬ КАЧЕСТВА ТОВАРОВ И УСЛУГ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ



Кастырина Н.Г.

*«Качество состоит в том, что  
наши клиенты возвращаются  
к нам, а товары - нет.»*

Девиз компании "Siemens"

**Согласно  
международному  
стандарту качества  
ГОСТ ISO 9000-2011 о.  
3.1.1  
«Качество»-это  
степень  
соответствия  
совокупности,  
присущих  
характеристик  
требованиям.**



# Государственный стандарт

ГОСТ - государственный стандарт. Государственные стандарты (ГОСТ) впервые были разработаны Комитетом по стандартизации при Совете труда и обороны, созданном в 1925 году. Тогда 80 лет назад были разработаны и утверждены стандарты, регламентирующие производство практически всего - начиная от продуктов питания и заканчивая автомобилями. Данные стандарты носили обязательный характер и действовали на всей территории СССР.

На сегодняшний день насчитывается порядка 25 тысяч ГОСТов, которые распространены не только на территории Российской Федерации, но и некоторых стран СНГ, таких как Азербайджан, Армения, Белоруссия, Грузия, Казахстан, Киргизия, Молдова, Таджикистан, Узбекистан и др.



Только на основе качества предприятие может выжить в условиях конкуренции и получить необходимую прибыль.

Деятельность по обеспечению повышения качества в условиях цивилизованных рыночных отношений должна быть приоритетной



# Основные факторы, влияющие на качество продукции:

## ○ Факторы внешней среды:

- уровень требований к качеству (потребители, прогресс, конкуренты);
- наличие поставщиков капитала, трудовых ресурсов, материалов, энергии, услуг;
- действующее законодательство в области качества и работа государственных органов.

## ○ Внутренние факторы предприятия:

- Материальная база предприятия (финансы, оборудование, инфраструктура);
- Персонал (квалификация и мотивация);
- Качество проекта (совершенство конструкции);
- Качество исполнения (применение передовых технологий);

## ○ Важным фактором является менеджмент (организация работ и управление предприятием), в том числе — система управления качеством, предусматривающая:

- маркетинг;
- взаимоотношение с заказчиками (контракты, сервис);
- контроль качества на всех этапах создания продукции;
- оперативное реагирование на проблемы с качеством.

Роль и значение качества постоянно возрастает под влиянием развития технологий производства и потребностей человека. Подъем уровня культуры и образования с каждым днем делает потребителей все более разборчивыми и придирчивыми.



# Основные причины, определяющие необходимость обеспечения и повышения качества продукции:

1. Непрерывное возрастание потребностей.
2. Возрастание роли и темпов НТП в развитии науки, техники и экономики и всего мирового сообщества в целом
3. Усовершенствование услуг и конструкции выпускаемой продукции, повышение значимости выполняемых ею (продукцией) функций
4. Увеличение объемов производства, а следовательно возможный рост брака и рекламацией (претензии к качеству продукции потребителей к производителю в денежной форме)
5. Неприятие потребителями продукции и услуг низкого качества
6. Интенсификация производства (увеличение объемов производства в единицу времени) и повышение эффективности производства (окупаемость). Необходимые факторы успешного существования предприятия.
7. Усиление конкуренции на мировых рынках.



**В целом, качественная продукция должна соответствовать следующим требованиям:**

- **удовлетворять запросы потребителя;**
- **соответствовать четко определенным потребностям или назначению;**
- **является экономически выгодной для производителя;**
- **соответствовать действующим стандартам и техническим условиям;**
- **учитывать требования охраны окружающей среды;**
- **иметь конкурентоспособную цену.**

# Качество, конкурентоспособность товаров и услуг:

В борьбе за потребителя фирмы стремятся выделить свои услуги и продукцию среди конкурентных аналогов за счет:

- цены,
- оригинальной подачи,
- уникальных характеристик и т. п.

Если продукция компании действительно помогает решить задачу клиента, приносит реальную пользу, то у фирмы есть отличный шанс выбиться в лидеры в своей сфере деятельности.

Для услуг наиболее распространена такая **классификация групп свойств** качества



# Имидж фирмы

Если продукция компании действительно помогает решить задачу клиента, приносит реальную пользу, то у фирмы есть отличный шанс выбиться в лидеры в своей сфере деятельности.

Имидж компании и её конкурентоспособность на рынке зависят от многих факторов, среди которых особенно важными являются качество выпускаемой продукции и сервис.



Основополагающим в политике фирмы является аспект оказания услуг , при котором предприятие **не продает услугу или товар!**  
**Оно удовлетворяет потребность!**

Поэтому ключ к качеству услуг лежит в правильном **понимании** потребностей потребителя.

Какими бывают потребности?

Для ответа на этот вопрос специалисты по качеству используют модель **Кано**. Эта модель используется не только в управлении качеством но и в маркетинге, в разработке новых продуктов и услуг:

Итак:

«Клиенты ищут **пользу** в наших услугах!

**Польза** привлекает клиентов!

**Качество** вызывает уважение!

**Новизна** отличает нас от наших конкурентов!»

***«Высокое качество не достигается случайно, это всегда результат осмысленных стараний... Горечь от низкого качества остается еще долго после того, как забудется сладость низкой цены»***

*Спасибо за внимание*

