

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

