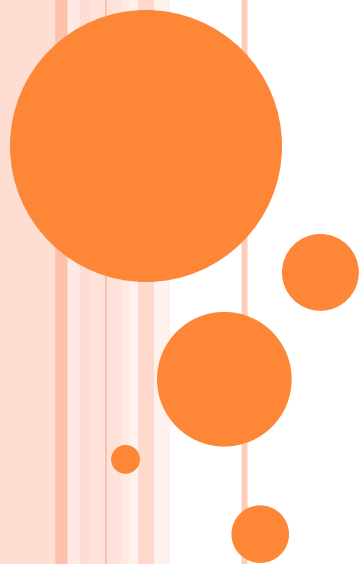


РОЛЬ КАЧЕСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ



ПОНЯТИЕ КАЧЕСТВА

- Качество — это совокупность свойств продукции, призванных удовлетворять потребность в соответствии с назначением продукции.
- Любой продукт представляет собой совокупность свойств, куда входят надежность, эргономичность, эстетические свойства, безопасность и экологичность продукции и т.п.



ОТНОШЕНИЕ

К КАЧЕСТВУ В МИРЕ

- Современное производство — это производство высококачественной продукции.
- Качество выпускаемой продукции — это своеобразный символ сегодняшней экономики предприятия.
- Фирмы различных стран и континентов самого разнообразного ассортимента выпускаемой продукции активно работают над ее качеством.
- Как отмечают зарубежные менеджеры, качество — это не лозунг, это целая философия, в которой снижение издержек, рост производительности труда, потеснены качеством продукции, вышедшим на передний план.



КАЧЕСТВО

ОПРЕДЕЛЯЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬ

- Потребитель зачастую предпочитает качество в ущерб цене, поскольку понимает, что высокое качество снизит расходы по эксплуатации, ремонту и более полно удовлетворит его потребности.
- Качество должно быть ориентировано на удовлетворение требований потребителя, а не изготовителя.
- Поскольку требования к качеству определяет потребитель, не может существовать такого понятия, как постоянный уровень качества. Повышение качества должно идти по возрастающей, ибо жизнь не стоит на месте, изменяется и потребитель, меняются его требования к качеству.



ОПЫТ ВСЕМИРНО ИЗВЕСТНЫХ БРЕНДОВ

- Если анализировать причины процветания фирм типа «Адидас», «Тойота», «Грюндик», «Фольксваген» и др., то мы увидим, что имидж этих фирм базируется на качестве продукции, а не на цене. А качество, в свою очередь, обеспечивает рост продаж, снижение издержек, увеличение прибыли.
- Качество продукции является результатом качества: труда, предметов труда, средств труда, технологии, управления, производственной среды в целом.
- Вопросы качества актуальны не только в рамках производственного цикла, но и в процессе разработок, конструирования, маркетинга и послепродажного обслуживания.



СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИИ КАЧЕСТВОМ

В последние годы передовыми фирмами мира последовательно внедряется новая стратегия управления качеством продукции, предусматривающая следующее:

- **◆** Обеспечение качества понимается не как техническая функция, реализуемая каким-то подразделением, а как систематический процесс, пронизывающий всю организационную структуру фирмы.
- **■** Новому понятию качества должна отвечать соответствующая организационная структура предприятия.



ПОДХОДЫ В ПОВЫШЕНИИ КАЧЕСТВА

- Всеобъемлющее повышение качества достигается только заинтересованным участием всех работников.
- Все это осуществимо только тогда, когда действует четко организованная система управления качеством, направленная на интересы потребителей, затрагивающая все подразделения и приемлемая для всего персонала.
- Повышение качества требует применения новой технологии производства; начиная с автоматизации проектирования и кончая автоматизированными измерениями в процессе контроля качества.



УСЛОВИЯ

КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА

Всеобщий контроль качества, осуществляемый фирмами США, Японии и Западной Европы, предполагает три обязательных условия:

- 1. Качество как основная стратегическая цель деятельности признается высшим руководством фирм. При этом устанавливаются конкретные задачи и выделяются средства для их решения. Поскольку требования к качеству определяет потребитель, не может существовать такого понятия, как постоянный уровень качества. Повышение качества должно идти по возрастающей, ибо качество — это непрерывная меняющаяся цель.



УСЛОВИЯ

КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА

- 2. Мероприятия по повышению качества продукции должны затрагивать все подразделения предприятия без исключения. Опыт показывает, что от 80 до 90% мероприятия не подлежат контролю отделов качества и надежности. Особое внимание уделяется повышению качества на таких этапах, как научно-исследовательские (НИ) опытно-конструкторские работы (ОКР), что обусловлено резким сокращением срока создания новых изделий.



УСЛОВИЯ

КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА

- 3. Непрерывающийся процесс обучения (ориентирован на определенное рабочее место) и повышение мотивации персонала. Только непониманием существа проблем качества, говорит японский экономист К. Исикава, можно объяснить такие заявления руководителей предприятия (ниже приведены примеры):



УЗКОЕ ПОНИМАНИЕ СУЩНОСТИ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА

- *«управление качеством означает ужесточение приемки продукции»;*
- *«управление качеством означает внедрение стандартизации»;*
- *«управление качеством представляет собой статистику»;*



УЗКОЕ ПОНИМАНИЕ СУЩНОСТИ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА

- *«управление качеством на практике представляется весьма трудоемким мероприятием»;*
- *«пусть вопросами управления качеством занимается отдел приемки или контроля»;*
- *«успехи предприятия в управлении качеством исключают необходимость проведения дополнительных мероприятий»;*
- *«управление качеством не имеет отношения к администрации или отделу реализации продукции».*



КАЧЕСТВО

И ВРЕМЕННЫЕ РАМКИ

Многие предприятия Казахстана испытывают острую конкуренцию со стороны импортируемой продукции, фирмы смогут успешно развиваться, руководствуясь следующими принципами.

Время на разработку и изготовление новых видов продукции все сокращается. Достаточно сравнить период в 20 лет, в течение которого был спроектирован, произведен и стал предметом необходимости телевизор, со сроком в 5 лет, за которые тот же путь проделала персональная ЭВМ.



КАЧЕСТВО

И ВРЕМЕННЫЕ РАМКИ

Растущая требовательность к повышению, качества изделий — в настоящее время одна из характерных черт мирового рынка. Системы разработки новых изделий должны содержать ряд основных положений:

- **◆** качество рассматривается наравне со всеми техническими новшествами с самого начала разработки изделий;
- **◆** планирование НИ и ОКР организуется таким образом, чтобы не ограничивать проектирование вариантов изделия с наилучшими характеристиками;
- **◆** ускорение разработки изделий должно стать основным критерием эффективности системы разработки.

