

ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Л.В. Ануфриева, магистрант кафедры менеджмента и торгового дела Саранского кооперативного института (филиала) автономной некоммерческой образовательной организации высшего образования Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации», e-mail: lceflame@mail.ru

В статье рассмотрена проблема увеличения качества продукции, которая считается важной для любой организации, в особенности на современном этапе. Выявляются основные факторы, влияющие на качество продукции и пути повышения качества продукции в современных условиях.

Ключевые слова: качество; повышение; продукция; затраты; проблема; организация; эффективность; конкурентоспособность; технологии.

В современных условиях высокой конкуренции состояние на рынке малых и средних организаций полностью зависимо от качества продукции, выпускаемой ими.

Качество продукции является важнейшим показателем деятельности предприятия, так как в значительной степени определяет его выживаемость в условиях рынка.

Выпуск качественной продукции – это один из наиболее надежных способов для фирмы обеспечить себе путь к достижению и поддержанию высокой прибыли.

Актуальность проблемы повышения качества продукции растёт на современном этапе потому что:

1) увеличились запросы НТП, которые устанавливают коренные высококачественные конфигурации во всех сферах научно-производственных работ. Становятся выше требования к характеристикам и свойствам продукции, а именно к надежности, экономичности в использовании, эстетичности и прочее. Усовершенствование качества готовой продукции, также, требует увеличения качества сырья, комплектующих изделий, материалов, введения новых современных технологий и способов организации изготовления и труда. В связи с этим задача увеличения качества продукции получает комплексный характер, затрагивая все сферы промышленности.

2) Происходит предстоящее углубление общественного разделения, а также кооперации труда, это приводит к затруднению в внутриотраслевых, межгосударственных, межотраслевых и производственных связях.

3) Со временем удовлетворения в количественном выражении необходимости в средствах изготовления и предметах употребления (время,

в котором количество играло практически решающую роль, к сожалению, прошло) в первые ряды выдвигается их высококачественные свойства. Так как для количественного употребления имеются естественные, даже, можно сказать, жесткие пределы. Увеличить качество — это означает из такого же числа сырья, материалов изготовить продукцию, наиболее удовлетворяющую общественным потребностям.

4) Расширяются и возрастают торгово-экономических взаимосвязи с иными государствами, что даёт постоянное увеличение качества продукции (конкуренция за рынок сбыта). Удачно продают собственную продукцию предприятия, у которых качество продукции выше.

5) Увеличение качества продукции разрешает как технические, экономические, так и социальные задачи.

Проблемой увеличения качества продукции обеспокоены во всех государствах мира. Исследования в этой области показывают, что решение проблематичных вопросов обеспечения роста качества продукции почти что во всех странах мира является национальным движением. Так к примеру, в США, Италии, Японии, Великобритании, Германии, Франции, управление качеством продукции находится на государственном уровне. Во многих государствах имеются ассоциации по осуществлению контроля качества продукции в промышленности, Национальные советы по качеству и надежности, статистическому управлению качеством, ассоциации стандартов и прочие организации.

В данный момент Госстандарт РФ в сфере управления качеством оказывает помощь российским товаропроизводителям во введении интернациональных стандартов ИСО семейства 9000, которые предполагают наиболее высокую степень становления науки управления качеством.

Качество продукции – это один из основных факторов повышения эффективности производства и активного роста экономики в целом.

На качество продукции оказывает влияние большое количество факторов.

В работе Е.А. Шацких факторы, влияющие на качество продукции, представлены в виде 2-х крупных блоков: внешние факторы и внутренние факторы (Рисунок 1).

Факторы внешней среды являются основой для формирования качества в условиях рыночных отношений. Особое значение среди данных факторов занимают конкурентные, которым на предприятиях должно уделяться пристальное внимание.

Предприятие не может оказать влияние на факторы внешней среды, однако, своевременный учет их действия с целью прогнозирования возможных колебаний способен обеспечить более быструю адаптацию организации в конкурентной среде.



Рисунок 1 – Факторы, влияющие на качество продукции [3]

Более детальную характеристику автор приводит для внутренних факторов:

- технический фактор – это фундамент качества продукции. Он предполагает внедрение новой техники и технологии, использование новейших материалов, которые и являются базой для выпуска конкурентоспособной продукции

- организационный фактор – фактор, связанный с решением вопросов на производстве, к которым можно отнести организацию труда и управление, повышение ответственности за качество производимой продукции, оперативно-производственное планирование, обеспечение культуры производства, повышение квалификации персонала и т.д.

- экономические факторы обусловлены затратами на выпуск и реализацию продукции, на обеспечение необходимого уровня качества продукции, политикой ценообразования и системой экономического стимулирования персонала за производство высококачественной продукции, материальная ответственность работников за изготовление недоброкачественной продукции;

- социальные факторы характеризуют квалификацию работников, уровень их образования, социально-психологический климат в коллективе, профессиональная структура кадров, повышение квалификации, мотивация персонала и др.;

- эксплуатационные факторы – факторы, влияющие на качество изделия в процессе его эксплуатации. Это факторы текущего, планового и капитальных ремонтов, проведение регламентных работ, соблюдение технической документации;

- производственные факторы – факторы, которые возникают в процессе производства продукции и аспекты оперативного их устранения;

- фактор информационной оперативности – это фактор, призванный обеспечивать своевременное поступление всей необходимой информации лицам, призванным предотвращать появление брака [3].

Деление факторов на внешние и внутренние позволяет более комплексно подойти к вопросу изучения и минимизации их возможного негативного воздействия на качество продукции.

Данный подход в общем виде представляет всю совокупность факторов, способных оказать влияние на уровень качества производимой продукции.

В связи с этим, каждый изготовленный продукт должен соответствовать требованиям покупателей, в противном случае, предприятие обречено.

В условиях рыночной экономики качественная продукция – залог долгого и успешного функционирования предприятия.

Улучшение качества обеспечивается путем комплексных, взаимосвязанных, постоянно осуществляемых мер управление качеством.

Применяемые на предприятиях системы управления качеством должны быть направлены на установление, обеспечение и поддержания необходимого уровня качества продукции при её проектировании, изготовлении, обращении и потреблении (эксплуатации).

Целесообразно процесс улучшения качества разбить на шесть этапов.

1. Выявление ключевой проблемы. На первом этапе необходимо выбрать те процессы или характеристики процесса, которые в первую очередь нуждаются в улучшениях. Эта проблема всегда будет стоять достаточно остро. Действительно, практически все процессы можно улучшить. А ресурсы времени, людей и денег всегда ограничены. Для выделения приоритетных направлений существует свой аналитический инструментарий. Результатами данного этапа будет: выделение процесса и характеристик процесса, которые необходимо улучшить в первую очередь.

2. Измерение текущего уровня качества процесса. После выбора улучшаемого процесса нужно зафиксировать текущий уровень качества процесса. Это поможет оцифровать цель улучшения и создаст базу для оценки эффекта предпринятых действий по улучшению процесса. Сложность заключается в том, что существует около 20 различных способов измерения качества процесса. Результатом данного этапа будет выбор некоторого показателя и оценка с помощью данного показателя текущего уровня качества процесса.

3. Выявление и анализ факторов, определяющих качество процесса. Краеугольным камнем всего процесса улучшений является понимание первопричин неудовлетворительного состояния процесса. Первые два этапа являются скорее подготовительными, они сужают цель улучшений. Вся суть анализа процесса сосредоточена на текущей стадии. Именно анализ факторов порождает решения по улучшению процесса. Сложность данного этапа порождает большое количество аналитических инструментов, направленных на ее решение. Результатом данного этапа является выделение набора

факторов, оказывающих влияние на качество процесса, а также оценка силы влияния этих факторов.

4. Разработка и внедрение улучшений Данный этап в значительной мере является творческим и во многом зависит от понимания реальных и недоступных возможностей для улучшений. Однако, несмотря на творческий характер, существует особый набор аналитических методов, нацеленных на поиск оптимальных решений. Результатом этапа является внедрение мероприятия по улучшению качества процесса.

5. Оценка эффективности улучшений. Для того, чтобы определить эффект улучшений, очень часто недостаточно сравнить два числа (до и после). Необходимо собрать данные за период (выборку) и осуществить анализ, используя специальные статистические методы. Результатом этапа является сравнение начальных и достигнутых показателей качества процесса.

6. Стабилизация достигнутого эффекта Эффект от улучшений должен быть не разовым, а постоянно действующим. Типичная проблема инициатив по улучшениям – не способность удержать достигнутый эффект. Для того чтобы убедиться в постоянстве достигнутого эффекта, вы можете использовать определенный набор аналитических инструментов. Результатом данного этапа будет подтверждение стабильности достигнутого состояния качества процесса.

В связи с этим, проблема улучшения качества - это комплексная проблема, которая решается на основе совершенствования конструкций изделий, применения новых материалов, внедрения новой прогрессивной технологии, повышения квалификации кадров, улучшения системы кооперированных связей и др.

Таким образом, качество продукции – это многоуровневая, системная категория, которая отражает способность организации удовлетворять потребности всех сторон, заинтересованных в ее деятельности, достигая при этом устойчивого развития в постоянно меняющихся конкурентных условиях. Растущие требования к качеству выпускаемой продукции – одна из характерных черт не только российского, но и мирового рынка. Поэтому в условиях конкурентной борьбы смогут успешно развиваться только те предприятия, которые осуществляют грамотное управление качеством продукции, так как оно является одним из ключевых элементов конкурентоспособности товаров и услуг.

Библиографический список

1. Ермолаева Е.О. Контроль качества продукции и услуг: учебное пособие / Е.О. Ермолаева; Кемеровский технологический институт пищевой промышленности. – Кемерово, 2009. – 160 с.

2. Прохоров Ю.К. Управление качеством: Учебное пособие. – СПб: СПбГУИТМО, 2007. – 144 с.

3. Шацких Е.А. Факторы, влияющие на качество продукции в промышленном производстве // Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота, 2014. № 12. С. 140-142.

4. Шевелёва Г.И. Контроль качества продукции: Учебный комплекс. – Кемеровский технологический институт пищевой промышленности. – Кемерово, 2004. – 140с.