

ЭКОНОМИКА ҒЫЛЫМДАРЫ

УДК 338.24.004.12

Байкадамова А. А.

Семипалатинский государственный университет имени Шакарима, г. Семей

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИИ: МЕТОДОЛОГИЯ И РЕАЛИЗАЦИЯ

Бұл мақала кәсіпорында сапа менеджментінің жүйесі мәселесіне арналған.

This article focuses on the issue of quality management system in the enterprise.

Качество товара, его эксплуатационная безопасность и надежность, дизайн, уровень послепродажного обслуживания являются для современного покупателя основными критериями при совершении покупки и, следовательно, определяют успех или неуспех фирмы на рынке.

Проблема качества продукции носит в Республике Казахстан универсальный характер. Она не относилась к разряду простых во все времена и особенно остро стоит сейчас, во время мирового финансового кризиса. Казахстанские предприятия сталкиваются с большими трудностями: сокращение производства, многие заводы останавливаются, коллективы не получают зарплату. Проблемы осложняются ещё и нестабильностью в финансовой системе. Назревает вопрос: «о каком же качестве может идти речь в такой ситуации? Лишь бы выжить, не допустить окончательного развала индустрии страны». А ключом, которым, как показывает опыт многих стран, выхода из кризиса, является именно обеспечение и управление качеством выпускаемой продукции.

Современная рыночная экономика предъявляет принципиально новые требования к качеству выпускаемой продукции. Это связано с тем, что сейчас выживаемость любой фирмы, ее устойчивое положение на рынке товаров и услуг определяются уровнем конкурентоспособности. В свою очередь, конкурентоспособность связана с действием нескольких десятков факторов, среди которых можно выделить два основных - уровень цены и качество продукции. При этом качество продукции постепенно выходит на первое место. Производительность труда, экономия всех видов ресурсов уступают место качеству продукции.

Управление качеством продукции – многосложное понятие, и его обеспечение требует объединение научных сил, от творческого потенциала до практического опыта многих специалистов. И при нынешней ситуации в Казахстане проблема качества не только важна, но и должна быть решена.

Система менеджмента качества - это система управления аспектами деятельности компании, которые прямо или косвенно влияют на качество (удовлетворенность потребителя).

В условиях рынка и конкуренции развитые страны мира воспринимают высокое качество как стратегический коммерческий императив и самый значимый источник национального богатства. Качество во многом определяет престиж государства, служит основой для удовлетворения потребностей каждого человека и общества в целом, является важнейшей составляющей конкурентоспособности. Только на его основе предприятие может выжить в условиях конкуренции и получать необходимую прибыль, поэтому представляется вполне объективным, что деятельность по повышению и обеспечению качества в условиях рыночных отношений должна быть приоритетной.

Основные причины, определяющие необходимость повышения и обеспечения качества:

- существенное непрерывное возрастание личных, производственных и общественных потребностей;
- возрастание роли и темпов НТП в развитии науки, техники, производства, экономики и всего мирового сообщества;
- усовершенствование услуг, конструкций выпускаемой продукции и повышение значимости выполняемых функций;
- увеличение объемов производства продукции и оказываемых услуг и, как следствие, возможный рост стоимости брака и рекламаций;
- неприятие потребителями продукции и услуг с относительно невысоким уровнем

качества;

- ужесточение требований к интенсификации производства и повышению его эффективности как необходимого фактора благополучного существования предприятий.

Наряду с перечисленными причинами необходимо отметить также усиление конкуренции на мировых рынках. Конкуренция является реальностью не только на внешнем рынке, но и в нашей стране.

При ненадлежащем отношении к качеству товаров и услуг, не только в условиях рынка, конкуренции и сравнительно открытой экономики, но и при иных системах хозяйствования, любое дело, как правило, потерпит неудачу и общество не будет стабильным.

Из приведенного можно сделать следующие выводы:

- качество должно быть и является главным во всем;

- для создания и обеспечения высокого качества необходимо высококачественные сырье, материалы и т.п.;

без обеспечения, сохранения и улучшения качества последствия могут быть необратимо тяжелыми;

- высокое качество обеспечивается, сохраняется и совершенствуется «культурой личного духа», которая прививается и проявляется только там, где человеку оказывается подлинное внимание и глубокое уважение.

Современное управление качеством исходит из того, что деятельность по управлению качеством не может быть эффективной после того, как продукция произведена, эта деятельность должна осуществляться в ходе производства продукции. Важна также деятельность по обеспечению качества, которая предшествует процессу производства.

В общем случае управление качеством как процесс воздействия на соответствующие объекты управления следует рассматривать в рамках науки управления в целом. Такой подход позволяет графически представить структуру всей совокупности знаний об управлении качеством (рисунок 1).



Рисунок 1 - Структура совокупности знаний об управлении качеством

Качество определяется действием многих случайных, местных и субъективных факторов. Для предупреждения влияния этих факторов на уровень качества необходима система управления качеством. При этом нужны не отдельные разрозненные и эпизодические усилия, а совокупность мер постоянного воздействия на процесс создания продукта с целью поддержания соответствующего уровня качества.

Список использованной литературы:

1. Система менеджмента качества сертифицированная в ГСС РК.
2. Ансофф А.И. Стратегическое управление. – М.: Высшая школа, 2005. – 256 с.
3. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. – М.: Гардарики, 2001. – 528 с.
4. www. ISO.com.

УДК 338.242

Байкадамова А. А.

Семипалатинский государственный университет имени Шакарима, г. Семей

КАЧЕСТВО И ЗНАЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ИМ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Бұл мақала нарықтық экономика шарттарындағы сапа және оны басқару мәселесіне арналған.

This article focuses on quality and relevance of management in the market economy.

Управление качеством – это методы и виды деятельности оперативного характера, включающие в себя контроль качества, сбор и распределение информации о качестве, разработку мероприятий, принятие оперативных решений и их реализацию на всех этапах производства.

Управление качеством включает в себя три элемента:

- субъект управления
- объект управления
- механизм воздействия

Управление качеством осуществляется путём реализации управляющих функций. Это – планирование, мотивация, организация, контроль, информация, разработка мероприятий, принятие решений и внедрение мероприятий. Все они взаимосвязаны между собой и их последовательная реализация представляет собой процесс управления качеством.

Под управлением качеством продукции понимают постоянный, планомерный, целеустремленный процесс воздействия на всех уровнях на факторы и условия, обеспечивающие создание продукции оптимального качества и полноценное ее использование.

Управление качеством рассматривается как корректирующее воздействие на процесс формирования качества в производстве и проявление его в потреблении.

Управление качеством – органическая часть общего управления производством и одна из его ветвей дерева целей.

Из этого определения следует, что уровень качества продукции должен устанавливаться, обеспечиваться и поддерживаться. Это означает, что управление качеством направлено на регулирование всех этапов жизненного цикла и предусматривает:

- техническую подготовку производства;
 - входной контроль;
 - процесс изготовления продукции;
 - учет и финансовую деятельность;
 - контроль качества работы и продукции;
 - послепродажное обслуживание в эксплуатации.
- Основными задачами управления качеством являются:

- изучение рынка сбыта;
- изучение национальных и международных требований к выпускаемой продукции;
- разработка методов и средств воздействия на процессы исследования, проектирования и производства;
- сбор, анализ, хранение информации о качестве продукции.