

ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Общеизвестно, что для потребителя представляет интерес длительная работа без поломок купленной техники и возможность ее быстрого ремонта и восстановления. На предприятиях это характеризуется такими интегрированными показателями, как “наработка на отказ”, и временем, в течение которого предприятие гарантирует произвести ремонт вышедшей из строя техники. “Нарработка на отказ” означает время, в течение которого предприятие у себя проводит безостановочную обкатку выпускаемой продукции. Например, японские и корейские фирмы всю бытовую технику “гоняют” 10 000—15 000 тыс. ч непрерывно на стендах. И если какой-то телевизор или видеомэагнитофон не выдерживает такой срок, сборочный конвейер останавливается и пока не будет найдена причина поломки, он не включается в работу.

Второй показатель означает такую организацию сервисной службы предприятия, которая обеспечила бы ремонт выпускаемой сложной техники в течение 24 или 48 ч в любой точке мира. Такую возможность обеспечивают сейчас все ведущие фирмы мира. Например, “Катерпиллер” осуществляет ремонт своих тракторов и строительной техники в течение 48 ч в любой точке земного шара. “Мерседес” ремонтируется в странах Европы в течение 24 ч.

Такие высокие показатели качества и ремонтпригодности, которые еще называются “стоимостью владения изделием”, обеспечиваются организационно-техническими мероприятиями и принципами создания сложной техники, важнейшими из которых являются:

1. Проектирование изделия из функционально-законченных унифицированных узлов и модулей по международным стандартам ISO 9000.

2. Конструктором обеспечивается при этом возможность применения в новом изделии 80 % модулей из предыдущих

изделий. Иными прсловами, практически 20 % новых узлов и формирует облик нового изделия.

3. Предприятие, формирующее облик изделия, стремится сосредоточить свои усилия на изготовлении с применением новейших технологий этих 20 % узлов, получая остальные 80 % узлов по кооперации от лучших мировых производителей.

4. Соответственно строится сервисная сеть, т.е. головное предприятие, обязано производить мониторинг своих 20 % узлов и деталей, оставляя остальные 80 % забот по доставке запасных узлов своим поставщикам.

5. Выпускающее предприятие (ядро сетевой структуры) стоит во главе создания добавленной стоимости нового изделия, нижний предел которой на 80 % уже задан поставками своих "агентов". Верхний предел зависит от редкости потребительских свойств нового изделия и может достигать 2500 % ДС, например, у "Боинга"

Рассматривая эти принципы применительно к нашим производителям, несложно сделать такие выводы:

1. Наши производители тоже должны заниматься формированием облика нового изделия по принципу 20 % своих узлов, 80 % — покупных.

2. Должны быть созданы соответствующие организационно-экономические условия, из которых одним из важнейших является работа, по мировым ценам. У конструкторов и руководителей должны быть развязаны руки, чтобы они могли покупать узлы и модули у лучших мировых производителей.

Применение этого принципа по созданию телевизоров "Витязь" позволило этому предприятию стать конкурентоспособным.

Поэтому нам представляется, что нужно взять курс на быструйший переход к работе всего народного хозяйства по мировым ценам, что позволит ему стать конкурентоспособным. Это даст возможность остановить инфляцию, которая перманентно создается тем, что мы постепенно приближаемся к мировым ценам, но слабо управляем этим процессом. А тут нужна предсказуемая программная политика.