

оценки качества производственного процесса компания может использовать так называемую систему мониторинга процессов. Эта система позволяет систематически контролировать и измерять качество производственных или хозяйственных процессов на предприятии.

Система мониторинга процессов была использована компанией F.Hoffmann-La Roche. Она осуществлялась в четыре этапа.

На первом этапе хозяйственный процесс представляется в виде модели, элементы которого изображены в графическом и текстовом виде.

Второй этап необходим для определения целей хозяйственного процесса. Но прежде фирма должна иметь четкое представление об общефирменных целях, которые следует связывать с долгосрочным успехом предприятия, а не с краткосрочными выгодами, связанными с увеличением прибыли. Этот этап осложняется тем, что в проектах могут учитываться не основные, а вспомогательные процессы, которые непосредственно не связаны с целями фирмы.

Третий этап связан с непосредственным определением факторов успеха хозяйственного процесса. Их определяют как ограниченное число переменных, которые обеспечивают успешное и конкурентоспособное функционирование хозяйственного процесса. Для получения полезной информации, касающейся факторов успеха, можно произвести опрос не только руководителей и исполнителей хозяйственного процесса, но и поставщиков, а также потребителей.

На четвертом этапе происходит определение показателей.

После того, как составлен перечень возможных показателей для всех целей и факторов успеха, необходимо перейти к их проверке с точки зрения качества, и уже после этого произвести окончательный отбор. Каким же качественным требованиям должны отвечать показатели? В первую очередь, показатель должен быть подвержен влиянию со стороны участников процесса; предполагается его однозначность, то есть возможность измерять только одно качество; необходима эффективность показателя, это значит информация должна подбираться и обрабатываться с минимальными затратами ресурсов; необходима возможность количественной оценки, для сопоставления с предыдущими результатами; показатель должен реагировать на малейшее изменение в качестве процесса.

В целом можно сказать, что такая методика определения показателей оценки качества хозяйственных процессов достаточно эффективна. Сотрудники более осознанно подходят к выполнению своих обязанностей, так как они сами участвуют в установлении показателей.

С. А. Гарбацевич
СУ №95 (Солигорск)

КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ СКВОЗЬ ПРИЗМУ УПРАВЛЕНИЯ И МАРКЕТИНГА

Исходной методологической основой экономической интерпретации понятия "качество" применительно к продуктам труда является характеристика качества продукции как свойства потре-

бительной стоимости. Качество продукции определяется совокупностью свойств и характеристик, обуславливающих способность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением.

Актуальной задачей является создание на предприятиях систем управления качеством продукции и услуг, суть которых - выявление, сокращение и предупреждение выпуска некачественной продукции. При этом система управления качеством должна отвечать двум взаимосвязанным требованиям, во-первых, потребностям потребителя, который должен быть уверен в возможности предприятия поставлять ему вовремя продукцию или услуги требуемого качества и поддерживать достигнутый уровень качества, во-вторых, потребностям и интересам предприятия - необходимости достичь и поддерживать требуемый уровень качества при оптимальных затратах, что предполагает эффективное использование всех факторов производства: капитала, земли и труда.

Концепция международных стандартов по управлению качеством предполагает, что основной задачей каждого предприятия является обеспечение качества производимой продукции и предоставляемых услуг. При этом продукция и услуги отвечают четко определенным потребностям, сфере применения или назначению; удовлетворяют требованиям потребителя; соответствуют стандартам и техническим условиям; отвечают действующему законодательству и другим требованиям общества (критериям охраны окружающей среды, факторам здоровья и безопасности людей, экономии энергии и материалов); предлагаются потребителю по конкурентоспособным ценам; обуславливают получение прибыли.

Представляется необходимым, чтобы система управления качеством продукции на предприятии базировалась на международных стандартах ИСО серии 9000, основными положениями которых являются: ориентация на удовлетворение потребностей потребителей; возложение ответственности за качество продукции на конкретных исполнителей; проверка потребителем производства поставщика; свободный выбор товаропроизводителем поставщика комплектующих изделий и материалов; сквозной контроль качества продукции, начиная от материалов и кончая утилизацией продукции; маркетинг; организация учета и анализа затрат на качество продукции; обеспеченность материалами и комплектующими изделиями по всему циклу производства.

Система управления качеством продукции функционирует и взаимодействует со всеми системами, действующими на предприятии. Функционирование системы качества, иллюстрируемой с помощью так называемой "петли качества" (спирали качества), означает замкнутую последовательность взаимозависимых этапов и видов деятельности, влияющих на качество продукции или услуги на различных стадиях от определения потребности до оценки их удовлетворения. Структура спирали качества показывает, что управление качеством начинается и заканчивается маркетингом. Это означает, что определяющим на-

чалом в определении качества являются требования потребителей.

Использование маркетинга в системе управления качеством обеспечивает увязку всех направлений деятельности предприятия и позволяет определить потребности в продукции и услугах; оценить рыночный спрос, рынок для реализации, количество, сроки производства продукции или услуги и их цену; установить требования потребителя на основе постоянного исследования потребностей рынка; формировать банки данных об использовании продукции у потребителя, которые дают информацию для производителя о требованиях рынка к созданию продукции или услуги по таким конкретным показателям как характеристика условий эксплуатации (условия окружающей среды, надежность), органолептические характеристики (стиль, соответствие моде, цвет, вкус, запах), схема установки и монтажа, приемлемые стандарты и законодательные регламенты, требования к упаковке, приемлемые системы обеспечения качества.

Исследование проблемы управления качеством продукции позволяет сделать следующие выводы:

1. Повышение качества продукции в существенной мере обуславливается внедрением прогрессивных форм и методов управления производством, маркетингом, совершенствованием методов испытаний и контроля качества;

2. Маркетинговые исследования позволяют выявить требования потребителя к продукции (услуге), определить потребности в принципиально новой продукции (услуге) ранее неизвестной потребителю;

3. Рынок представляет собой ту сферу экономических отношений, где товары (услуги) конкурируя между собой, проходят проверку на соответствие требованиям потребителей;

4. Обязательным условием достижения успехов в решении проблемы качества продукции является повышение технического уровня разработок, применение новых материалов, передовых технологий, улучшение дизайна и упаковки;

5. Обязательным условием успеха в решении проблемы качества является наличие высококвалифицированных кадров, способных эффективно трудиться и использовать в практической работе современные методы управления качеством продукции;

6. Одним из направлений освоения предприятиями новой высококачественной продукции является совершенствование правового обеспечения, законодательное закрепление экономических методов стимулирования разработок и производства конкурентоспособной продукции; расширение полномочий государственного управления в вопросах регулирования и организации контроля качества; повышение экономической ответственности субъектов хозяйствования, дисциплинарной, административной ответственности должностных лиц и исполнителей за нарушение законодательства в области технологической дисциплины и качества продукции (услуг).