Качество продукции как основа роста доходности организаций

Аннотация

Многие отечественные компании стремятся сегодня стать частью мирового рынка. Для этого уровень их конкурентоспособности должен быть на высоте независимо от того торгуют они внутри страны или за её пределами. Основным конкурентным преимуществом любой организации можно назвать качество её продукции. Высокий уровень качества продукции или услуг является одним из наиболее важных факторов, обеспечивающих достойный и стабильный доход компании. Но процесс создания и поддержания уровня качества соответствующего потребностям рынка порой является достаточно сложной и непонятной задачей для большинства российских руководителей. Именно поэтому для успешного внедрения и управления системой менеджмента качества высшему руководству организации предварительно необходимо подробно ознакомиться с существующими методами, подходами и инструментами в этой области, а также изучить уже имеющийся подобный опыт в России и мире, чтобы иметь возможность его экстраполировать на текущую ситуацию с учетом возможных достоинств и недостатков.

Введение

Основополагающей целью функционирования любой коммерческой организации является получение прибыли. Прибыль – это финансовый показатель планирования и оценки хозяйственной деятельности организации, представляющий собой чистый доход, полученный в результате предпринимательской деятельности. Прибыль играет роль финансового ресурса, поэтому ее стабильность и наличие являются важными условиями функционирования организации. Доходность в общем смысле - это экономический показатель иллюстрирующий эффективность производимых затрат в организации. Если говорить о факторах, влияющих на уровень доходности, то одним из основных можно выделить уровень качества выпускаемой продукции. Ведь именно его рост может быть серьезным источником увеличения объемов прибыли организации за счет расширения зоны сбыта и увеличения объема продаж, в то время как снижение уровня качества, вероятно, приведет к обратной тенденции.

Таблица 1 - Методы повышения качества продукции, влияющие на доходность организации

|  |  |
| --- | --- |
| Метод | Характеристика метода |
| Контроль над поставками сырья и материалов | Проверяются соблюдение поставщиком своих договорных обязательств по ассортименту, количеству и качеству продукции и т. д., перевозчиком - соблюдение сроков доставки, отсутствие повреждений и недостач и т. п. |
| Контроль за процессом разработки новой продукции | Внимание к качественным параметрам в процессе функционирования всех подразделений организации. |
| Внедрение производственных систем контроля и сокращения брака, материальных запасов и незавершенного производства | Внедрение шаблонов производственного повышения эффективности деятельности, таких как система 5S, канбан, выстраивание потока, TQM (всеобщая система управления качеством), TPM (всеобщая система обеспечения деятельности производства), JIT (точно в срок) и др. инструменты концепции бережливого производства. |
| Введение гарантийного обслуживания | Создание благоприятные доверительные отношения с потребителями через обслуживание продукта после реализации с целью продолжения эффективных коммерческих коммуникаций. |
| Выпуск опытных образцов продукции для их подробной оценки | В процессе предварительного испытания участвуют и разработчики, и изготовители. далее, к приемочному испытанию привлекается конкретный потребитель будущей продукции для принятия решения о целесообразности производства. |

Повышение качества продукции способствует выживаемости и развитию организации в условиях рынка, росту темпов научно-технического прогресса и эффективности производства. Надо добавить, что постоянное улучшение показателей качества приводит к экономии всех видов ресурсов, и, следовательно, снижает себестоимость производства продукции. Однако на первых этапах внедрения системы качества организация обязательно будет нести дополнительные затраты, которые могут оказаться существенными для бюджета организации. Отсюда возникает дилемма: стоит ли идти по трудоемкому и затратному пути повышения качества для экономии на издержках в будущем? Или нужно действовать по принципу «среднего» игрока рынка, который ориентируется на поведение конкурентов?

Вывод

При внедрении системы TQM нужно иметь в виду, что российские организации имеют свой особенный менталитет и уровень управленческого развития. Для достижения положительных результатов руководителям необходимо понимать, что в России испокон веков простые люди привыкли подчиняться сильным и строгим руководителям, которые дают четкие задания и требуют соответствующей отдачи. Поэтому, зарубежные системы управления качеством, которые предполагают саморегулирование и основываются на заинтересованности самих работников, а не руководителей, как правило, не работают. Только первое лицо может внедрить у себя в организации стандарты качества, поэтому инициатива должна исходить от него. Соответственно, и тотальный контроль за соблюдением стандартов должен быть возложен, по крайней мере на начальных этапах внедрения системы, на непосредственных руководителей. Политика предприятия должна быть направлена на достижение высокого качества. Брак, являющийся его противоположностью, может возникнуть везде, но сотрудники организации должны принять за правило, что дефектная продукция никогда не должна поступать к потребителю. В этом случае, российская продукция станет не только одной из самых качественных, но и рентабельных в мире.