**Введение**

Предприятия рыночной экономики в своем развитии прошли четыре фазы, каждой из которых соответствуют свои организация производства и внутренние взаимоотношения, характерное отношение к рынку. На первой стадии промышленного развития предприятия ориентированы в основном на производство: решались, что производить, как, в каком количестве, по какой цене продавать. Дополнительное разбиение работы на подзадачи, контракты на основе объема выполненных работ, авторитарный стиль руководства – способ ведения отношений внутри организации, характерный для этой фазы. Применялась рабочая сила с низким уровнем квалификации. Качество было низким и практически неизвестно как понятие.

После второй мировой войны постепенно возрастает благосостояние, производственные мощности увеличиваются и становятся сравнимыми с запросами. Возрастает покупательская способность за счет увеличения доходов потребителей. Внутри предприятий внимание перемещается от производства к сбыту: ключевое слово – «продажа», продать все, что произведено, принуждая людей покупать. Спрос высок, конкуренция незначительна, стоимость труда низкая, предприятиям нет необходимости беспокоиться о качестве.

На третьей стадии, в 70-х годах, предприятия претерпевают культурную революцию, вызванную необходимостью отличить себя от конкурента. В те годы конкуренция возросла и стала более агрессивной. С другой стороны, потребитель стал более требовательным, уделяя больше внимания характеристикам товара, перед тем как принять решение о покупке. Компаниям необходимо было исследовать рынок, чтобы понять, какие продукты нужны. Предприниматели под влиянием ряда факторов были вынуждены думать не только о своих внутренних нуждах, но также и о нуждах потребителей.

Компании в это время претерпевают различные организационные изменения, в основном связанные с дальнейшим сдвигом к сбыту, а персонал начинает изменять свое отношение к работе, стремясь иметь другие взаимоотношения с работодателями. Люди становятся более осведомленными о своих правах, более образованными и требуют больше и поощрения, и удовлетворения от своей работы.

В 80-е годы компании концентрируют свое внимание на проблеме падения прибыли в основном из-за удорожания обеспечения качества, так как возросли дополнительные издержки на брак, переработку и доработку продукции, которая не прошла заключительный контроль. Некоторые компании попытались внедрить кружки качества, следуя японской модели, но попытки вовлечь людей в решение проблемы качества на каждом организационном уровне не всегда удавалось.

Несмотря на первые неудачи, предприятия стали планировать качество в рамках жизненного цикла товара, привлекая к этой работе все отделы компаний. Такой подход привел к тому, что сформировались две стратегические функции для достижения конечных целей. Первая – определение целевого рынка, выявление нужд и запросов, для того чтобы выявить продукцию, которая наилучшим образом удовлетворяет ожиданиям потребителей. Вторая – обеспечение качества продукции на всех стадиях жизненного цикла.

Организации стали ориентироваться на рынок, на потребителя. Чтобы завоевать преданность потребителя, оправдать его доверие, на первый план стали выступать качество, надежность, дифференциация продукции, гарантийное обслуживание, соотношение цены и качества.

Качество становиться стратегически важным не только с точки зрения снижения затрат, но также и для определения удовлетворения потребностей покупателей, которые становятся все более требовательными. Настало время для внедрения и принятия всеобщего управления качеством – TQM. TQM – это подход к руководству организацией, нацеленный на качество, основанный на участии всех ее членов и направленный на достижение долгосрочного успеха путем удовлетворения требований потребителя и выгоды для членов организации и общества. согласно этому подходу качество должно быть «встроено» в продукт. Все отделы должны нести полную ответственность за качество на каждом уровне и внедрять такие методы, которые устанавливали бы межфункциональные связи в целях «построения качества в продукте», чтобы «делать то, что надо и необходимо, с первого раза».

На сегодняшний день качество воспринимается как сотрудничество звеньев цепи «поставщик-потребитель» и измеряется степенью удовлетворения последующего звена в цепи как на внешнем, так и на внутреннем уровне. Качество больше не связано только с физическими характеристиками и свойствами продукта.

**1. Качество продукции, показатели качества**

Под качеством продукции понимается целостная совокупность ее потребительских свойств, обусловливающих степень пригодности данной продукции удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением и фиксированных условий потреблений. Качество продукции формируется на этапе разработки и обеспечивается в процессе производства, т.е. непосредственно не связано с конкретными условиями использования. Качество как мера полезности потребительной стоимости может быть реально оценено лишь в конкретных условиях потребления.

* 1. **Единичные показатели качества продукции**

Для оценки качества продукции при ее создании, испытаниях, сертификации, покупке и потреблении используют показатели качества. К ним относятся следующие единичные показатели:

– назначения, характеризующие свойства продукции, определяющие основные функции, для выполнения которых она предназначена и обусловливающие область ее применения;

– надежности, определяющие свойства продукции сохранять в заданном интервале времени, в установленных пределах значения всех параметров продукции, характеризующих ее способность выполнять основные функции. Надежность характеризуют показатели безотказности, долговечности, ремонтопригодности, сохраняемости;

– использования сырья, материалов, топлива, энергии и трудовых ресурсов. Например, удельный расход сырья и материалов при регламентированных условиях, коэффициент полезного действия, удельный расход энергии и т.д.;

– эргономические, характеризующие систему «человек-изделие-среда» и учитывающие комплекс гигиенических, антропометрических, физиологических, психологических свойств человека, проявляющихся при взаимодействии с изделием в производственных и бытовых условиях;

– эстетические, характеризующие целостность композиции, информационную выразительность, рациональность форм, цветовое исполнение, совершенство производственного исполнения и т.п.;

– технологичности, определяющие свойства продукции, обусловливающие оптимальное распределение затрат, материалов, средств, труда, времени при технологической подготовке производства, изготовлении и эксплуатации продукции. К основным показателям технологичности относятся материалоемкость и трудоемкость продукции;

– унификации и стандартизации, характеризующие насыщенность изделий стандартизированным и унифицированными узлами и деталями, а также уровень унификации с другими изделиями;

– транспортабельности, определяющие приспособленность продукции к ее перемещению в пространстве, не сопровождающемуся эксплуатацией или потреблением;

– безопасности, характеризующие особенности продукции, обусловливающие при ее эксплуатации или потреблении безопасности человека;

– экологичности, характеризующие особенности продукции, определяющие уровень вредных воздействий на окружающую среду, возникающих при эксплуатации или потреблении продукции. Например: содержание вредных примесей, выбрасываемых в окружающую среду при эксплуатации продукции, вероятность вредных выбросов, излучений и т.д.;

– патентно-правовые, характеризующие патентную защиту и патентную чистоту. Патентная защита выражает степень защиты авторскими свидетельствами и патентами продукции в странах предполагаемого экспорта или продажи лицензий на отечественные изобретения. Патентная чистота характеризует свойство изделия. Оно может быть свободно использовано в стране без опасности нарушения действующих на ее территории охранных документов исключительного права. В условиях рыночной экономики потребитель заинтересован не только в качестве самой продукции, но и в предоставлении ему высококачественных дополнительных услуг, связанных с этой продукцией. В этой связи качество для потребителя может быть определено следующим выражением:

Qc=f(Qp; Qstg; Qs),

где Qc – качество для потребителя;

Qp – качество продукции;

Qstg – качество сопутствующих товаров и услуг;

Qs – качество сервисного обслуживания.

Важнейшим критерием, определяющим возможности функционирования и развития предприятия в условиях рыночной экономики, является конкурентоспособность продукции – ее способность удовлетворять требования конкретного потребителя в условиях определенного рынка и периода времени по показателям качества и затратам потребителя на приобретение и эксплуатацию данной продукции.

Таким образом, наряду с качеством, к составляющим элементам конкурентоспособности относятся также затраты потребителя на приобретение и эксплуатацию данной продукции, которые определяются как цена потребления данной продукции. Конкурентоспособность товара более широкое понятие, чем конкурентоспособность продукции, поскольку включает также показатели, характеризующие условия реализации товара на рынке.

В условиях рыночной экономики проблема обеспечения качества продукции предприятиями-производителями является основополагающей. Качество выступает важнейшим составляющим составляющим элементом ее конкурентоспособности. Зарубежные специалисты по управлению считают. Что конкурентоспособность продукции на 70–80% зависит от ее качества. Опыт высокоразвитых зарубежных стран показывает. Что уже с середины 1960-х гг. центр тяжести конкурентной борьбы переместился в сторону высокого качества продукции. Соответственно, среди методов конкуренции преобладающими выступают неценовые методы, т.е. конкуренция, при которой упор делается на улучшение качества продукции и условий ее продажи при неизменных или слабо меняющихся ценах.

Для производственно-хозяйственной деятельности предприятий важное значение имеют оценка качества и конкурентоспособности. Систематической оценке должны подвергаться не только качество и конкурентоспособность производимой предприятием продукции, но должна оцениваться и конкурентоспособность самого предприятия. Оценка конкурентоспособности продукции может проводиться в соответствии со схемой, представленной на рисунке 1 (см. приложение 1).

Проблема качества и конкурентоспособности продукции является комплексной и требует системного подхода к ее решению.

* 1. **Система управления качества на предприятии**

Современные организационные основы формирования системы управления качеством на предприятии заложены в международных стандартах (МС) ИСО, серии 9000, определяющих требования к системам качества на предприятиях рис 2.

В России МС ИСО серии 9000 приняты для их прямого использования в виде ГОСТ Р. Однако на отечественных предприятиях МС ИСО серии 9000 не нашли еще широкого применения.

Использование отечественными предприятиями МС ИСО серии 9000, с одной стороны, обеспечивает основу для формирования систем управления качеством на предприятии, а с другой стороны – выступает как важнейший фактор, подтверждающий потенциальные возможности предприятия выпускать продукцию высокого качества. Система качества представляет собой совокупность организационной структуры, методик, процессов и ресурсов, обеспечивающих осуществление общего руководства качеством, и базируется на следующих ведущих направлениях: обеспечении качества, управление качеством, улучшении качества.

Под обеспечением качества понимается совокупность планируемых и систематически проводимых мероприятий, необходимых для создания уверенности в том, что продукция или услуга удовлетворяет определенным требованиям к качеству.

Управление качеством включает методы и деятельность оперативного характера, используемые для удовлетворения требований к качеству.

Улучшение качества представляет собой постоянную деятельность, направленную на повышение технического уровня продукции, качества ее изготовления и совершенствования элементов производства и системы качества.

Предприятие, исходя из политики в области качества, базируясь на данных проведенного исследования и руководствуясь критериями по выбору и применению стандартов МС ИСО 9001–9003, которые различаются полнотой требований к системе, осуществляет выбор одного из них. Самый полный стандарт МС ИСО 9001 охватывает все стадии от проектирования до поставки продукции, МС ИСО 9002 включает стадии производства и монтажа, стандарт МС ИСО 9003 регламентирует деятельность, связанную с техническим контролем и испытаниями готовых изделий.

Стандарты 9001–9003 имеют нормативный характер и являются образцами для сравнения с системой управления качеством на предприятии. Эти МС предназначены для следующих ситуаций, как:

– заключение контракта на разработку и поставку продукции;

– необходимость подтверждения действенности и эффективности функционирования системы во время реализации контракта о поставке продукции;

– сертификация продукции;

– сертификация системы качества поставщика;

Разработка предложений по организации работы по информированию системы качества в соответствии с выбранным МС ИСО серии 9000 должна осуществляться на основе МС ИСО 9004. этот стандарт содержит 20 разделов, в которых рассматриваются технические, административные и человеческие факторы, влияющие на качество продукции. В МС ИСО 9004 определены требования к системе качества на всех этапах жизненного цикла продукции:

– при проектировании и разработке технических условий;

– в процессе подготовки производства и производстве продукции;

– на этапах потребления или эксплуатации продукции.

Среди современных тенденций в области управления качеством в странах с развитой рыночной экономикой следует отметить интеграцию концепции тотального управления качеством в практику управления предприятий. Особое внимание уделяется проблеме защиты окружающей среды и безопасности продукции. Соответственно ИСО приняты МС серии 14000 «Управление качеством окружающей среды», которые становятся на современном этапе не менее популярными в мире, чем МС ИСО серии 9000.

* 1. **Составляющие качества для потребителя**

Для потребителя качественный товар – это необязательно товар высшего качества. Это просто продукт, который отвечает потребностям и ожиданиям определенной группы потребителей. Как следствие разнообразия потребностей степень совершенства любого товара должна задаваться для определенного сегмента. Это означает, что каждому ожидаемому уровню качества и приемлемому диапазону цен соответствует различный набор выгод. Управление качеством требует разбить полное качество на составляющие, чтобы установить нормы, или стандартные требования, к каждой из них. К основным составляющим качества товара относят следующие,

1. Функциональное соответствие;
2. Дополнительные функции;
3. Соответствие;
4. Надежность;
5. Долговечность;
6. Сервис;
7. Эстетичность;
8. Воспринимаемое качество.

Программа контроля качества в этом случае должна состоять в установлении норм по каждой составляющей и разработке индикаторов, позволяющих следить за соблюдением этих норм. Каждая составляющая представляет возможное направление дифференциации товара по отношению к конкурентам.

Для контроля качества услуг также можно выделить факторы, которые позволяют воспринимать качество услуги. Составляющие качества услуги:

1. Компетентность;
2. Надежность;
3. Отзывчивость;
4. Доступность;
5. Понимание;
6. Коммуникация;
7. Доверие;
8. Безопасность;
9. Обходительность;
10. Осязательность.

Названные составляющие качества в определенной мере избыточны каждое предприятие должно само адаптировать их к конкретной ситуации и устанавливать нормы качества, представляющие его обязательства перед потребителем. Качество может быть гарантировано, измерено, следовательно, нуждается в управлении. Качество – самое важное из средств конкурентоспособности предприятия. Успех предприятия зависит от того, насколько точно были определены потребители, а также от того, насколько полно и эффективно были удовлетворены их потребности.

**2. Оценка технического уровня качества продукции**

Технический уровень продукции согласно ГОСТ 15467–79 – это относительная характеристика качества, основанная на сопоставлении значений показателей, характеризующих техническое совершенство оцениваемой продукции с соответствующими базовыми значениями.

Технический уровень продукции зависит от совокупности показателей технического совершенств. Определяют его сопоставлением значения показателей оцениваемого образца с базовым. Базовый образец должен сочетать в себе столько и такие технические и экономические показатели, которые в наибольшей степени отвечают требованиям конкретного рынка на момент предполагаемого выхода на него с данным товаром. Для оценки технического уровня и качества продукции используют дифференциальный, обобщающий, смешанный и комплексные методы.

Дифференциальный метод основан на сравнении единичных показателей качества оцениваемого и базового изделий. Качество продукции определяется на основе сопоставительного анализа единичных показателей оцениваемого изделия, например, показателя назначения, и конкретных аналогов – базовых изделий по формуле:

Д=Рi / Pia, (i=1,… n),

где Д – относительный показатель качества;

Рi – значение i-го показателя оцениваемого изделия;

Pia – значение i-го показателя базового изделия (аналога);

n – количество показателей.

При незначительном количестве относительных показателей дифференциальный метод может оказаться наиболее быстрым для определения уровня качества продукции на конкретном рынке.

**2.1 Международные стандарты качества**

Накопленный в различных странах опыт по разработке и внедрению в практику систем управления качество на предприятиях был обобщен Международной организацией по стандартизации ИСО путем разработки комплекса международных стандартов, в который вошли стандарты ИСО 9000, описывающие требования к системе управления качеством. Существует пять основных стандартов, связанных с этой серией: стандарт ИСО 9000, включающий в себя набор рекомендаций по подбору и использованию стандартов ИСО 9001, 9002, 9003, связанных с обеспечением гарантий качества.

Серия стандартов 9000 – полезное средство для составления и применения на практике в пределах предприятия системы качества, которая будет гарантировать, что с целью обеспечения качественных продуктов и услуг для потребителей на предприятии будут использоваться качественные методы работы. Цель стандартов – создать в международном масштабе систему качества. Применение системы качества может быть для предприятия очень полезной, но система имеет следующие, основные недостатки:

1. пассивный характер и ориентация на продукцию вместо прогрессивности и ориентации на технологический процесс;
2. поощрение консервативных методов и отсутствие ударения на чрезвычайно важной работе по непрерывной модернизации;
3. необходимость составления слишком исчерпывающей документации;
4. минимальный объем работ по гарантированию хорошего качества продукции;
5. практически не содержатся требования по обеспечению качества административной работы.

Тем не менее, эффективность стандартов качества ИСО 9000 подтверждена временем. С момента принятия стандартов более 10000 британских компаний зарегистрированы этой организацией. Принятием стандартов ИСО 9000 Европейское сообщество (ЕС) попыталось исключить технические барьеры в торговле. Чтобы стимулировать компании к регистрации, ЕС опубликовало реестр компаний, входящих в ИСО. Это позволило зарегистрированным компаниям получить конкурентное преимущество, так как потенциальные потребители предпочитают компании из данного реестра. Стандарты качества защищают интересы:

– потребителя,

– предприятия,

– общества.

С 1988 г. и Россия приняла эти документы как государственные стандарты. Однако по правилам ИСО все документы должны актуализироваться каждые пять-шесть лет.

**2.2 Стандартизация продукции в России**

В России качество товаров регламентируется стандартами. Стандарт – нормативно-технический документ, устанавливающий единицы величин, термины и их определения, требования к продукции и производственным процессам, требования, обеспечивающие безопасность людей и сохранность материальных ценностей. Цель стандартизации – установление в государственном масштабе единых норм и требований, предъявляемых к сырью, полуфабрикатам, материалам, производственным процессам, готовым изделиям. Система стандартизации Российской Федерации должна быть гармонизирована с международным и национальными системами и обеспечивать:

1. защиту интересов потребителей и государства;

2. повышение качества продукции;

3. совместимость и взаимозаменяемость продукции;

4. содействие экономии людских и материальных ресурсов;

5. создание нормативно-технической базы для социально-экономических программ и крупных проектов;

6. устранение технических барьеров в производстве и торговле;

7. содействие повышению обороноспособности и мобилизационной готовности.

Государственные стандарты не должны стать тормозом на пути научно-технического и технологического прогресса, но в тоже время они должны обладать стабильностью требований в течение определенного периода. Стандартизация основана на принципах:

– повторяемости;

– вариантности;

– системности;

– взаимозаменяемости.

В настоящее время сформировалась Государственная система стандартизации Российской Федерации, которая регламентирует процессы построения, изложения и распространения стандартов. При разработке отечественных стандартов учитываются требования Международной организации по стандартизации. В Российской Федерации нормативные документы по стандартизации подразделяются на следующие категории:

государственные стандарты;

отраслевые стандарты;

технические условия;

стандарты предприятий;

стандарты научно-технических обществ и инженерных союзов.

В зависимости от объекта стандартизации, его специфики и содержания разрабатываемых к нему требований стандарты подразделяются на следующие виды:

– стандарты основополагающие;

– стандарты на продукцию и услуги;

– стандарты на процессы;

– стандарты на метод контроля, испытаний, измерений, анализа.

Для разработки и внедрения стандартов и контроля за их освоением созданы специальные службы в отраслевых комитетах, департаментах и на предприятиях. Руководство этой работой осуществляет Госстандарт РФ.

**2.3 Сертификация продукции**

Условием успешной реализации товаров как на внутреннем, так и на мировом рынке является их соответствие требованиям норм, правил и законов, действующих в данной стране. Расширение экспорта продукции без ее сертификации невозможно. Правовые основы обязательной и добровольной сертификации продукции, работ и услуг, правоотношения, возникающие в процессе сертификации, а также права, обязанности и ответственность участников сертификации устанавливаются законодательно. Сертификации подлежит продукция предприятий, учреждений, организаций независимо от форм собственности и видов деятельности.

Сертификация продукции – это деятельность тех или иных органов и субъектов хозяйствования по подтверждению соответствия продукции требованиям, установленным нормативными актами и конкретными стандартами или другими нормативными документами по стандартизации. Стандартизация рассматривается как средство предоставления потребителю гарантий в том, что приобретенная им продукция отвечает национальным нормативно-техническим документам или международным требованиям.

По правовому признаку сертификация может быть обязательной и добровольной. Обязательная сертификация – деятельность субъектов хозяйствования по подтверждению соответствия продукции показателям, обеспечивающим безопасность для жизни здоровья и имущества граждан, охрану окружающей среды, а также другим показателям, установленным законодательно. Обязательной сертификации подлежат продукты питания, электрооборудование, автомобили, строительные материалы, самолеты и др. Продукцию, подлежащую обязательной сертификации и не прошедшую ее, продавать запрещено. На продукцию, прошедшую сертификацию, выдается сертификат соответствия, продукция маркируется знаком соответствия, она заносится в сертификационном центре в список изделий, разрешенных к продаже, предприятию выдается свидетельство о признании сертификата.

1. **Организация технического контроля на предприятии**

Качество продукции во многом зависит от усилий в производственной среде. На его повышение должна быть нацелена вся производственная система. Одним из элементов системы управления качеством является организация технического контроля на предприятии.

Технический контроль – это проверка соблюдения требований предъявляемых к качеству продукции на всех стадиях ее изготовления, и всех производственных условий, обеспечивающих его. Основная задача технического контроля – обеспечение выпуска высококачественной продукции, соответствующей стандартам и техническим условиям. По формам технический контроль может быть пассивным, когда просто фиксируются данные о качестве продукции, и активным, когда не только оценивается качество, но и оказывается активное содействие на технологический процесс с целью управления качеством.

По назначению технический контроль различают:

1. входной;
2. предварительный;
3. промежуточный;
4. окончательный.

По возможности использования продукции контроль может быть разрушающий и неразрушающий (акустический, магнитный, оптический, радиационный).

По месту выполнения контрольных операций различают:

1. стационарный контроль;
2. подвижной контроль.

По степени охвата контроль может быть сплошным (проверке подвергаются все без исключения объекты контроля одного наименования) и выборочным (проверке подвергается часть партии однородных объектов с использованием статистических методов контроля).

Инспекционному контролю подвергается продукция, из которой изъят ранее выявленный брак. По его результатам судят о качестве работы служб контроля. Выбор вида контроля – сложная и ответственная задача, решение которой требует сопоставления затрат на контроль с возможными потерями от брака по разным вариантам контрольных операций.

К объектам технического контроля относятся сырье, материалы, полуфабрикаты, детали, сборочные единицы, изделия, оборудование и технологическое оснащение, транспортные средства и технологические процессы. В процессе контроля используются различные контрольно-измерительные приборы, аппараты, инструменты, устройства.

Процесс контроля качества продукции состоит из определения количественного значения контролируемого параметра и его сравнения с установленным стандартом или другим нормативным значением. Методы количественной оценки качества продукции изучает специальная наука – квалиметрия. Количественные значения показателей качества продукции определяются:

– экспериментальным методом, базирующимся на применении технических средств,

– органолептическим методом, основанным на определении качества соответствующими специалистами с помощью органов чувств по балльной системе,

– экспертным методов, базирующимся на использовании обобщенного опыта и интуиции специалистов и потребителей продукции.

Перечисленные методы предусматривают 100-процентный охват контролируемых объектов. Однако нередко оказывается целесообразным подвергать проверке лишь часть контролируемых объектов. В этом случае применяются статистические методы контроля. Под статистическим методом контроля понимается контроль качества продукции или состояния технологического процесса, проводимый с использованием теории вероятности и математической статистики.

Методы статистического контроля позволяют контролировать один из параметров качества продукции или одну из операций технологического процесса. Для контроля нескольких параметров необходимо использовать несколько контрольных карт и по каждой из них независимо выполнять регулирование технологического процесса. Автоматизация контроля, применение ЭВМ дают возможность перейти на следующую ступень развития системы управления технологическими процессами, особенно важную в условиях массового автоматизированного производства, в гибких производственных системах, где должен быть непрерывный контроль за ходом технологического процесса. Трудоемкость контрольных операций здесь достигает 50% и более трудовых затрат, связанных с изготовлением продукции. Поэтому разработка новых методов управления качеством технологических процессов идет по пути автоматизации контроля, создания гибких автоматизированных систем контроля.

**Заключение**

В условиях глобального рынка, в который интегрируется экономика России, для предприятий необходим менеджмент, обеспечивающий преимущества перед конкурентами по критериям качества. Постепенно приходит понимание, что для выпуска продукции необходимого качества уже не достаточно наличия отдела технического контроля.

Все большее число предприятий в целях повышения своей конкурентоспособности осознает необходимость создать у себя систему менеджмента качества и провести ее сертификацию на соответствие требованиям международных стандартов.

Изучив тему «Управление качеством», выяснили, что непосредственное руководство системой менеджмента качества осуществляет уполномоченный, что в его обязанности входят:

– обеспечение разработки, внедрения и поддержания в рабочем состоянии системы менеджмента качества;

– контроль за проведением внутренних аудитов системы менеджмента качества, анализ ее эффективности;

– представление отчетов директору о функционировании системы менеджмента качества, анализ ее эффективности.

Также выяснили, что оперативную деятельность, связанную с функционированием системы менеджмента качества, осуществляет специально созданная служба качества, в задачи которого входят:

– координация работ и непосредственное участие в разработке, внедрении и эксплуатации системы менеджмента качества;

– создание базы данных по системе менеджмента качества;

– организация учета и контроль за выполнением мероприятий и документов системы менеджмента качества, проведение внутренних проверок;

– совершенствование системы менеджмента качества.

В соответствии с новыми требованиями организация должна установить и подробно определить требования к измерению продуктов / услуг, включая критерии приемки. Измерение должно быть спланировано для того, чтобы подтвердить их соответствие подробно установленным требованиям. Организация должна планировать использование статистических методов для анализа данных. При анализе проблем причины должны быть определены до начала планирования корректирующих или предупреждающих действий. Информация и данные из всех частей организации должны быть интегрированы и проанализированы, чтобы оценить общее состояние выполнения работ в организации. На основе объективной информации определяются методы и средства для непрерывного улучшения процессов.

Эффективное функционирование системы качества предполагает создание и эксплуатацию информационно-поисковой системы, корректирующих действиях и полученных результатах в области качества.

Наличие сертифицированной системы качества на предприятии не является самоцелью. Во-первых, в ряде отраслей существуют свои специфические системы сертификации. Во-вторых, сертификация по ИСО 9000 является необходимым, но недостаточным элементом конкурентоспособности. И в-третьих, признанные лидеры рыночной экономики создают собственные, более развитые и совершенные системы управления качеством. Но несомненно то, что отсутствие соответствующей системы качества лишает предприятия перспективы выжить в условиях жесткой конкуренции.

**Библиографический список**

1. Борисов С.Г., Васильев В.Н. Основы предпринимательства и организации производства: Учеб. пособие. – М.: «Издательство Машиностроение – 1», 2000.

2. Бухалков М.И. Внутрифирменное планирование: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2000.

3. Ильин А.И. Планирование на предприятии: Учеб. пособие: Стратегическое планирование. – Минск: Новое знание, 2000.

4. Мильнер Б.З. Теория организации: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2002.

5. Менеджмент: теория и практика в России: Учебник / Под ред. А.Г. Поршнева, М.Л. Разу, А.В. Тихомировой. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2003.

6. Организация производства на предприятии: Учеб. пособие / Под ред. О.И. Волкова, О.В. Девяткина. – М.: ИНФРА-М, 2004.

7. Организация производства и управление предприятием: Учебник / Под ред. О.Г. Туровца. – М.: ИНФРА-М, 2006.

8. Песоцкая Е.В., Бабкина Л.Н. и др. Менеджмент: история, основы: Учеб. пособие. – СПб.: Издательство СПбГУЭФ, 2004.

9. Производственный менеджмент: Учебник / Под ред. В.А. Козловского. – М.: ИНФРА-М, 2003.

10. Раздорожный А.А. Управление организацией (предприятием): Учебник. – М.: Издательство «ЭКЗАМЕН», 2006.

11. Сергеев И.В. Экономика предприятия: Учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2000.

12. Строков В.А. Управление маркетингом на предприятии. ПКФ «ХОРС-2». 2004.