

УДК 629.331

*Мольков Д.С студент,*

*1 курс, Институт финансов, экономики и управления,*

*Тольяттинский государственный институт,*

*Тольятти (Россия)*

*Мацнева Е.Н студент,*

*1 курс, Институт финансов, экономики и управления,*

*Тольяттинский государственный институт,*

*Тольятти (Россия)*

*Блонская А.А студент,*

*2 курс, Институт финансов, экономики и управления,*

*Тольяттинский государственный университет,*

*Тольятти (Россия)*

*Хижняк Т. Е. Студент,*

*1 курс, Институт финансов, экономики и управления,*

*Тольяттинский государственный университет,*

*Тольятти (Россия)*

**ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ НА  
РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ АВТОМОБИЛЬНОЙ  
ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

*Аннотация:* Описание проблем современных автомобильных предприятий на российском рынке. Управление качеством в автомобильной промышленности.

**Ключевые слова:** Управление качеством, автомобильная промышленность, качество.

## **Problems of product quality management at Russian enterprises of the automotive industry**

**Annotation:** Description of the problems of modern automobile enterprises in the Russian market. Quality management in the automotive industry.

**Keywords:** Quality management, automotive industry, quality.

В последние годы особо остро стоит проблема высокого качества продукта. Особенно это сказывается на автомобильной промышленности. И тем более неприятности настигают российских производителей. Всегда одним из главных критериев качества продукции была его конкурентоспособность на рынке. Почти всё внимание общественности приходится на эту сферу. Во всех промышленно-развитых странах поменяли свои взгляды на производство продукции. Если раньше была цель – сделать больше, то теперь же предприятия основываются на качестве их продукта. Всё это сделано для удовлетворения потребителя. Данные изменения были сделаны по весьма объективным причинам, например:

Первой причиной послужило удовлетворение потребностей общества количественным видом продукта. То есть, потребитель покупал всё, что производили предприятия. Конечно же, это сказалось на качестве конечного продукта, так как предприятия не видели смысла делать что-то лучше, если их продукт и так хорошо раскупали.

Уже ближе ко второй половине XX века, когда рынок был наполнен разнообразными товарами, произошёл рост конкуренции. В связи с этим компании начали думать о том, чтобы делать свой товар более качественным, дабы обыграть конкурентов. Отсюда же и менялось мнение

потребителя к таким компаниям, так как в этот раз он удовлетворил свои потребности качественным продуктом.

Для покупателей транспортных средств были важны многие аспекты. Таковыми являются: надежность, срок службы, стиль, удобство в использовании, расходы на содержание. Никто не хотел бы покупать автомобиль, который был бы ненадежен или же быстро приходил в непригодное состояние.

Второй причиной послужило ограничение сырьевых ресурсов во всем мире. Так как ресурсов было все меньше и меньше, то появилась необходимость делать не просто много и часто, а качественно и по мере спроса. В данном случае такой ход событий подразумевает под собой два вида сбережения мировых ресурсов. Первый – продукция становится более долговечной и поддается ремонту. Второй – затраты во время эксплуатации продукта становятся меньше, благодаря качеству. В силу этих действий в последнее время компании стараются подходить к производству товара более рационально. Это привело к сокращению использования сырья и более высокому качеству продукции.

И наконец третьей причиной было признанное обществом преобразование значения качества выпускаемого продукта при его расценивании на рынке. В настоящее время качество является самостоятельным показателем конкурентоспособности. Так же расходы на эксплуатацию становятся более значимыми показателями конкурентоспособности, в отличие от затрат на покупку. В данных условиях качество играет ключевую роль успеха на рынке и претендует на «звание» главной цели деятельности каждого предприятия.

Один из основных факторов повышения эффективного производства – повышение качества продукции.

Качество – это сочетания особенностей продукта, которые могут удовлетворить какие-либо потребности общества. В таком случае, получается, что качество автомобилей обусловлено такими сочетаниями особенностей, которые показывают ее пригодность в эксплуатации и также проявляются в процессе использования.

Экономический показатель – это общественная оценка, которая характеризует уровень удовлетворения потребителя товаром с тем сочетанием свойств, которые ему были наделены в процессе изготовления.

Экономические показатели качества демонстрируются двойственно.

Первое – производитель получает прибыль за счет продаж качественного товара. Второе – производитель затрачивает средства на продукт достойного уровня, который способен удовлетворить потребности покупателя. Хорошее качество продукта снижает издержки. Издержки снижаются благодаря увеличенной доли изготовленного продукта, которую в последствии можно будет продать, также за счет меньшего количества случаев возврата товара из-за его каких-либо дефектов. По количеству сочетаний особенностей показатели качества расходятся на:

- определяющие и интегральные

- единичные и комплексные

Определяющие описывают показатель оценки качества, интегральные же описывают с помощью соответствующих экономических показателей.

Единичные в свою очередь показывают одно свойство конечного продукта, а комплексные – сочетание некоторых множественных свойств.

Управление качеством продукции – это обеспечение и поддержание хорошего уровня качества продукта. В международном стандарте серии ИСО 9000 «Качество. Словарь» применяются два определения. Это управление качеством и обеспечение качества. Обеспечение качества – это

совокупность планируемых и регулярных событий, важных для сотворения убежденности в том, что продукция или же услуга удовлетворяет требованиям качества. Под всей системой качества подразумевается комплекс методик, процессов, ресурсов и организационной структуры. Всё это необходимо для руководства качеством. Данная система действует сразу со всеми видами деятельности той или иной организации и контактирует с ними. Действия этой системы переходят на все этапы жизненного цикла продукции и ее процессов. Критериями выбора системы управления качеством являются:

- характеристика изделия;
- наличие процесса проектирования и степень его сложности;
- завершенность проекта (наличие результатов испытаний или эксплуатации продукции);
- сложность производственного процесса (возможность использования новых процессов, их количество, разнообразие и др.);
- экономические факторы;
- безопасность продукции или услуги.

Управление качеством в настоящих условиях основывается на стандартизации. Стандартизация предполагает собой способ управления всего в целом, в том числе сюда относится и управление качеством. Основными видами нормативных документов - стандарты и технические условия.

Стандарты – это нормативно-технический документ, устанавливающий важные требования к качеству продукции.

Технические условия - это научно-технический документ, устанавливающий технические требования, которым должен соответствовать продукт.

В данной статье мы разобрали проблемы современного российского автопрома и выделили потребности потребителей в этой сфере.

### **Список используемой литературы:**

1. Гончаров В. И. Менеджмент: Учебное пособие. – Мн.: Мисанта, 2003 – 624 с.
2. Производственный менеджмент: учебник для вузов/ С.Д. Ильенкова, А. В. Бандурин, Г.Я Горбовцев и др. Под ред. С.Д. Ильенковой. – М.: ЮНИТИ –ДАНА, 2001- 583 с.
3. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Даю, 1992.
4. Мишин В. М. Исследование систем управления: Учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 527 с.
5. Организация, планирование и управление предприятием машиностроения: Учебник для студентов машиностроительных специальностей вузов / И.М. Разумов, Л.А. Глаголева. – М.: Машиностроение. 1982 – 544с.
6. Организация и планирование производством в машиностроении: Учебник для вузов/ Н. И. Скворцова, А. И. Некрасова. – М.: Высшая школа, 2003 – 623 с.
7. Фатхутдинов Ш. От сотрудничества – к качеству. // Заводская газета. – 2003. 31 марта. – с. 2-3.