

**МРНТИ 84.13.53**Н.К. Карбаев<sup>1</sup>, И. Нурсултан<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Евразийский национальный университет имени Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан*

<sup>2</sup>*Академический инновационный институт Регионального социально-инновационного университета, Чимкент, Казахстан*  
(E-mail: <sup>1</sup>karbaev\_nk@enu.kz)

**Вопросы совершенствования системы управления качеством продукции на основе развития модели потребительской оценки**

**Аннотация:** Конкурентоспособность нашей экономики во многом будет определяться быстротой перехода наших предприятий на международные стандарты. В настоящее время в экономике наблюдается тенденция, при которой такой показатель как качество играет одну из ведущих ролей в управлении производством продукции и ее последующего движения.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, потребительская оценка, международные стандарты, система управления качеством, дефекты, качество продукции.

Современная рыночная экономика предъявляет принципиально иные требования к качеству выпускаемой продукции. Это связано с тем, что в современном мире выживаемость любой фирмы, ее устойчивое положение на рынке товаров и услуг определяются уровнем конкурентоспособности. В свою очередь, конкурентоспособность связана с двумя показателями – уровнем цены и уровнем качества продукции. Причем второй фактор постепенно выходит на первое место. Производительность труда, экономия всех ресурсов уступают место качеству продукции. Качество продукции – важнейший показатель деятельности предприятия. Повышение качества продукции в значительной мере определяет выживаемость предприятия в условиях рынка, темпы научно-технического прогресса, рост эффективности производства, экономию всех видов ресурсов, используемых на предприятии. Рост качества продукции – характерная тенденция работы всех ведущих фирм мира. Она охватила весь мир, будь то европейские, американские или азиатские предприятия. И

качество выпускаемой продукции – основная конкуренция между фирмами. Примеры развития передовых промышленных стран показывают, что развитие проблем качества должно стать национальной идеей, носить всеобщий характер, что требует массового обучения и профессиональной подготовки всех слоев общества от рядового потребителя до руководителя любого уровня. Конкурентоспособность нашей экономики во многом будет определяться быстротой перехода наших предприятий на международные стандарты. Казахстан должен в кратчайшие сроки перенять почти полувековой опыт стран Запада по управлению качеством продукции [1]. В настоящее время в экономике наблюдается тенденция, при которой такой показатель как качество играет одну из ведущих ролей в управлении производством продукции и ее последующего движения. В развитых странах управление качеством на предприятии притягивает особое внимание всех подразделений, которые влияют на качество выпускаемой продукции или предоставляемой услуги. Для лучшего взаимодействия и, следовательно, для более эффективного результата на предприятиях разрабатываются различные подходы к управлению качеством. Качество продукции (включая новизну, технический уровень, отсутствие дефектов при исполнении, надежность в эксплуатации) является одним из важнейших средств конкурентной борьбы, завоевания и удержания позиций на рынке. Поэтому фирмы уделяют особое внимание, обеспечению высокого качества продукции, устанавливая контроль на всех стадиях производственного процесса, начиная с контроля качества используемых сырья и материалов и заканчивая определением соответствия выпущенного продукта техническим характеристикам и параметрам не только в ходе его испытаний, но и в эксплуатации, а для сложных видов оборудования - с предоставлением определенного гарантийного срока после установки оборудования на предприятии заказчика. Поэтому управление качеством продукции стало основной частью производственного процесса и направлено не столько на выявление дефектов или брака в готовой продукции, сколько на проверку качества изделия в процессе его изготовления. Конкурентоспособность и качество – концентрированное выражение всей совокупности возможностей страны, любого

производителя создавать, выпускать и сбывать товары и услуги. Качество – синтетический показатель, отражающий совокупное проявление многих факторов – от динамики и уровня развития национальной экономики до умения организовать и управлять процессом формирования качества в рамках любой хозяйственной единицы. Вместе с тем мировой опыт показывает, что именно в условиях открытой рыночной экономики, немислимой без острой конкуренции, проявляются факторы, которые делают качество условием выживания товаропроизводителей, мерилем результативности их хозяйственной деятельности, экономического благополучия страны. Фактор конкуренции носит принудительный характер, заставляя производителей под угрозой вытеснения с рынка непрерывно заниматься системой качества и в целом конкурентоспособностью своих товаров, а рынок объективно и строго оценивает результаты их деятельности. В условиях развитого конкурентного рынка маркетинг становится эффективным средством решения проблемы качества и конкурентоспособности товаров, испытывая, в свою очередь, их обратное воздействие, которое расширяет либо снижает его возможности. Происходящий в РК с большими трудностями в условиях кризиса заставляет по-новому взглянуть на проблему качества исходя из того, что если не сегодня, то завтра развитой конкурентный рынок будет диктовать уровень и динамику развития качества продукции, определять конкурентоспособность ее изготовителей.

В данное время национальная экономика Казахстана имеет ярко выраженную сырьевую направленность, поэтому необходимо построить модель сбалансированного и устойчивого развития, определить пути диверсификации национальной экономики от сырьевой к перерабатывающей. Для реализации этой задачи Правительство Республики Казахстан разработало индустриально-инновационную стратегию до 2030 года. Успешная реализация данной стратегии должна привести к высокой конкурентоспособности отечественных товаров. Качество товара предполагает удовлетворение социальных потребностей общества и характеризует целесообразность производства. При этом важно заметить, что свойства товара (прочность, устойчивость к износу, надежность, ремонтпригод-

ность и пр.) не равны качеству товара, свойства его могут быть полезными, но качество при этом может быть сравнительно невысоким, если не соответствует требованиям удовлетворения определенных потребностей. В связи с необходимостью контроля качества были разработаны методы сбора, обработки и анализа информации о качестве. Фирмы, функционировавшие в условиях рыночной экономики, стремились организовать наблюдения за качеством в процессе производства и потребления. Упор был сделан на предупреждение дефектов. Качество у производителя и потребителя – понятия взаимосвязанные. Производитель должен проявлять заботу о качестве в течение всего периода потребления продукта. Кроме того, он должен обеспечить послепродажное обслуживание. Особенно это важно для товаров, отличающихся сложностью эксплуатации, программных продуктов [3].

Основным направлением деятельности *ISO* является разработка и публикация международных стандартов в различных сферах деятельности, признаваемых во всем мире. Поэтому стандарты *ISO* серии 9000 представляют собой общепризнанный вариант требований, предъявляемых к менеджменту организации [2]. В то же время стандарты *ISO* налагают на систему управления ряд специфических требований, которые обусловлены, прежде всего, необходимостью проводить ее независимую оценку - сертификацию.

В основу модели положены принципы квалиметрической оценки потребителем качества приобретаемой продукции.

Мнение и суждения скрытого потребителя могут иметь такую же разрушающую силу, как и явного, поэтому рассмотрены вопросы оценки результатов процессов субъектами процедуры оценивания (например, аутсорсер, производитель, потребитель) [3]. Показан пример потерь уровня удовлетворенности от процедур установки и ввода продукции в эксплуатацию. Проведен анализ субъектов и процедур оценивания, построена временная диаграмма формирования оценок качества.

Методы оценки уровня самоорганизации основаны на анализах соотношения затрат на соответствие и несоответствие; результативности и эффективности процессов; уровне его стандартизации и т.д. [3]. Показатели оценки сформулированы таким образом, чтобы их значения изменялись в пределах [1],

причем, чем ближе показатели к единице, тем выше доля самоорганизации.

Современная рыночная экономика предъявляет принципиально иные требования к качеству выпускаемой продукции. Это связано с тем, что в современном мире выживаемость любой фирмы, ее устойчивое положение на рынке товаров и услуг определяются уровнем конкурентоспособности. В свою очередь, конкурентоспособность связана с двумя показателями – уровнем цены и уровнем качества продукции. Причем второй фактор постепенно выходит на первое место. Производительность труда, экономия всех ресурсов уступают место качеству продукции. Качество продукции – важнейший показатель деятельности предприятия. Повышение качества продукции в значительной мере определяет выживаемость предприятия в условиях рынка, темпы научно-технического прогресса, рост эффективности производства, экономию всех видов ресурсов, используемых на предприятии. Рост качества продукции – характерная тенденция работы всех ведущих фирм мира. Она охватила весь мир, будь то европейские, американские или азиатские предприятия. И качество выпускаемой продукции – основная конкуренция между фирмами. Примеры развития передовых промышленных стран показывают, что развитие проблем качества должно стать национальной идеей, носить всеобщий характер, что требует массового обучения и профессиональной подготовки всех слоев общества от рядового потребителя до руководителя любого уровня. Конкурентоспособность нашей экономики во многом будет определяться быстротой перехода наших предприятий на международные стандарты. Казахстан должен в кратчайшие сроки перенять почти полувековой опыт стран Запада по управлению качеством продукции [1]. В настоящее время в экономике наблюдается тенденция, при которой такой показатель как качество играет одну из ведущих ролей в управлении производством продукции и ее последующего движения. В развитых странах управление качеством на предприятии притягивает особое внимание всех подразделений, которые влияют на качество выпускаемой продукции или предоставляемой услуги. Для лучшего взаимодействия и, следовательно, для более эффективного результата на предприятиях разрабатываются различные подходы к управлению качеством. Качество

продукции (включая новизну, технический уровень, отсутствие дефектов при исполнении, надежность в эксплуатации) является одним из важнейших средств конкурентной борьбы, завоевания и удержания позиций на рынке. Качество – синтетический показатель, отражающий совокупное проявление многих факторов – от динамики и уровня развития национальной экономики до умения организовать и управлять процессом формирования качества в рамках любой хозяйственной единицы. Вместе с тем мировой опыт показывает, что именно в условиях открытой рыночной экономики, немыслимой без острой конкуренции, проявляются факторы, которые делают качество условием выживания товаропроизводителей, мерилем результативности их хозяйственной деятельности, экономического благополучия страны. Фактор конкуренции носит принудительный характер, заставляя производителей под угрозой вытеснения с рынка непрерывно заниматься системой качества и в целом конкурентоспособностью своих товаров, а рынок объективно и строго оценивает результаты их деятельности. На практике под качеством продукции принимают лишь соответствие товара требованиям нормативно-технической документации. Можно сравнить товары по одному признаку, по некоторым признакам в купе. Такие показатели качества называют единичными и комплексными. Показатели качества количественно характеризуют пригодность продукции удовлетворять те или иные потребности общества. Сравнительной оценке качества товара показатели качества лучших образцов отечественного или зарубежного производства либо показатели перспективных образцов, определенных опытным путем используются базовые показатели, характеризующие качество продукции, принятые за эталон [2].

Таким образом, понятие качества постоянно развивалось и уточнялось. В связи с необходимостью контроля качества были разработаны методы сбора, обработки и анализа информации о качестве. Фирмы, функционировавшие в условиях рыночной экономики, стремились организовать наблюдения за качеством в процессе производства и потребления. Упор был сделан на предупреждение дефектов. Качество у производителя и потребителя – понятия взаимосвязанные. Производитель должен проявлять заботу о качестве в течение всего периода потребления

продукта. Кроме того, он должен обеспечить послепродажное обслуживание. Особенно это важно для товаров, отличающихся сложностью эксплуатации, программных продуктов [3].

### Список литературы

1. Азгальдов Г.Г. Теория и практика оценки качества товаров. - М.: Экономика, 2009. - 256 с.
2. Адлер Ю.П. Новации и качество. Как повысить качество, используя инновационные процессы. - М.: Продинформ, 2012. - 171 с.
3. Адлер Ю.П., Щепетова С.Е. Процессное описание бизнеса основа основ и для системы экономики качества // Стандарты и качество. - 2002. - №2 - С. 66-69.
4. Азаров В.Н., Бойцов Б.В., Коняев Ю.Н. Качество как национальная идея // Качество. Инновации. Образование. – 2002. - №1. - С. 4 -7.
5. Басовский Л.Е., Протасьев В.Б. Управление качеством: Учебник. - М.: ИНФРА, 2000. – 212 с.
6. Гличев А.В. Прикладные вопросы квалиметрии. - М.: Изд-во стандартов, 2005. - 190 с.

Н.К. Карбаев<sup>1</sup>, И. Нурсултан<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан  
<sup>2</sup>Аймақтық әлеуметтік-инновациялық университетінің Академиялық инновациялық институты, Шымкент, Қазақстан

### Тұтыну бағалау моделін әзірлеуге негізделген сапа менеджменті жүйесін жетілдіру мәселелері

**Аннотация:** Біздің экономикамыздың бәсекеге қабілеттілігі көбінесе біздің кәсіпорындардың халықаралық стандарттарға көшу жылдамдығымен анықталады. Қазіргі уақытта, сападағы осындай көрсеткіш өндірісті басқаруда және оның кейінгі қозғалысында жетекші рөл атқаратын экономикадағы үрдіс бар.

**Кілт сөздер:** бәсекеге қабілеттілік, тұтынушылық бағалау, халықаралық стандарттар, сапа менеджменті жүйесі, ақаулар, өнім сапасы.

N.K. Karbaev<sup>1</sup>, I. Nursultan<sup>2</sup>

<sup>1</sup>L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan  
<sup>2</sup>Academic Innovation Institute of the Regional Socio-Innovative University, Shymkent, Kazakhstan

## Issues of improving the quality management system based on the development of the consumer valuation model

**Abstract:** The competitiveness of our economy will largely be determined by the speed of the transition of our enterprises to international standards. At present, there is a trend in the economy in which such an indicator as quality plays a leading role in the management of production and its subsequent movement.

**Key words:** competitiveness, consumer appraisal, international standards, quality management system, defects, product quality.

### References

1. Azgal'dov G.G. Teoriya i praktika otsenki kachestva tovarov. - M.: Ekonomika, 2009. - 256 с.
2. Adler YU.P. Novatsii i kachestvo. Kak povysit' kachestvo, ispol'zuya innovatsionnyye protsessy. - M.: Prodinform, 2012. - 171 s.
3. Adler YU.P., Shchepetova S.Ye. Protsessnoye opisaniye biznesa osnova osnov i dlya sistemy ekonomiki kachestva // Standarty i kachestvo. - 2002. -№2 - S. 66-69.
4. Azarov V.N., Boytsov B.V., Konyayev YU.N. Kachestvo kak natsional'naya ideya // Kachestvo. Innovatsii. Obrazovaniye. – 2002. - №1. - S. 4 -7.
5. Basovskiy L.Ye., Protas'yev V.B. Upravleniye kachestvom: Uchebnik. - M.: INFRA, 2000. – 212 с.
6. Glichev A.V. Prikladnyye voprosy kvalimetrii. - M.: Izd-vo standartov, 2005. - 190 с.