

Управление качеством – конкурентоспособность – импортозамещение

Перельмутер Элина Алексеевна, Студент 3-го курса
Ерохина Елена Вячеславовна, доктор экономических наук, профессор
КФ МГТУ им. Н.Э. Баумана (национальный исследовательский университет), г. Калуга

Аннотация. В статье рассмотрены основные методы и принципы современного управления качеством на предприятиях, как отечественных, так и зарубежных. Автор обращает внимание на необходимость повышения конкурентоспособности производства. Рассмотрена необходимость развития и укрепления импортозамещения, с целью улучшения качества жизни населения.

Ключевые слова: управление качеством, качество продукции, конкурентоспособность, система управления качеством, импортозамещение.

В России, как и во всем мире, тема качества, конкурентоспособности и импортозамещения продукции в настоящее время остается актуальной. Прежде всего, это связано со стремлением государства предоставлять своим потребителям большее количество отечественной продукции. Основная цель данного стремления – улучшение экономического состояния страны. Таким образом, стремление улучшить качества и конкурентоспособности товара на рынке связано со стремлением производить активную политику импортозамещения.

В связи с этим тема конкурентоспособности и управления качеством, на сегодняшний день, является крайне актуальной и востребованной.

Понятие качества продукции имеет очень важное значение в практической деятельности. Качество – совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением [3]. В соответствии с международным стандартом ИСО 9000:2000 качество – это совокупность свойств и характеристик продукции, которые придают ей способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности.

На сегодняшний день существует множество показателей качества и для каждого человека они уникальны. Однако, выделяют несколько классификаций показателей по основным признакам. Так показатели качества можно разделить на группы по следующим признакам [1]. Данное разделение представлено в таблице 1.

Процесс управления качеством в каждой отдельно взятой компании может осуществляться по-разному, однако он необходим для любой компании. Существует стандартная схема, которая определяет действия руководителей различных уровней по данному вопросу. Основные методы управления качеством можно разделить на несколько групп.

Все методы управления качеством можно сгруппировать в несколько ключевых групп [4].

Административные методы - это некоторые директивы, которые являются обязательными к исполнению. К ним относят: регламенты - регламентацию; нормы - нормирование; стандарты - стандартизацию; инструкции; распоряжения руководства и др.

Технологические методы - всевозможные современные инженерные средства, которые совершенствуются с каждым годом. Наиболее объективными результатами характеризуются заключается как в отдельном, так и в совокупном контроле за процес-

сом производства и конечным результатом. С этой целью применяются автоматизированные приборы, которые измеряют и оценивают определенные параметры без участия со стороны работников предприятия.

Таблица 1 – Классификация показателей качества

Признак классификации	Группы показателей качества
<i>По месту в жизненном цикле</i>	прогнозируемые
	проектные
	производственные
	эксплуатационные
<i>По потребительским свойствам</i>	цена
	качество
<i>Технические показатели</i>	показатель назначения
	показатель надежности
	показатель эргономичности
	многофункциональность
	показатель безопасности
	экологические показатели
	показатели эстетичности
	показатели утилизации
	проектно-технологические показатели
	патентно-правовые показатели
<i>Экономические показатели</i>	прибыль
	себестоимость
	цена готовой продукции
	эксплуатационные расходы
<i>По применению для оценки</i>	абсолютные
	относительные
<i>По количеству характеризующих свойств</i>	единичные
	комплексные
	интегральные
<i>По возможности оценки</i>	формализованные показатели
	неформализованные показатели

Статистические методы - основаны на сборе цифровых данных о выпуске продукции, а также ее качественных показателей. Далее происходит сравнение полученных показателей за разные периоды с целью выявления положительной или негативной тенденции. По результатам такого анализа прини-

мается решение о совершенствовании системы управления качеством.

Экономический метод - заключается в оценке стоимости мероприятий, направленных на улучшение качества, а также финансового результата, который будет достигнут после их внедрения.

Психологический метод - подразумевает определенное влияние на трудовой коллектив, которое заключается в стремлении рабочих к наивысшим качественным стандартам. Здесь имеет значение и самодисциплина, и моральная атмосфера в коллективе, а также оценка индивидуальных характеристик каждого из работников.

Большинство предприятий в системе управления качеством используют стандарты управления качеством ИСО. Самый распространенный стандарт ИСО-9000. Он базируется следующих принципах:

- ориентация на потребности клиента;
- безусловное лидерство руководителя;
- привлечение сотрудников всех уровней к процессам управления качеством;
- расчленение процесса производства на конкретные этапы и составляющие;
- понимание управления качеством как системы взаимосвязанных элементов;
- непрерывное стремление к улучшению качества продукции и совершенствованию механизмов производства;
- все решения должны приниматься только на основе фактов;
- взаимоотношения организации с внешней средой должны быть взаимовыгодными.

Все эти принципы используются для улучшения управления качеством продукции на предприятии. Основной задачей управления качеством является повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции.

Конкурентоспособность продукции — комплекс потребительских и стоимостных характеристик, позволяющих выдержать конкуренцию с однородной продукцией и удовлетворить рыночный спрос. Конкурентоспособная продукция реализуется на рынке по наименее затратным каналам сбыта. Это обусловлено тем, что не требуется дополнительных усилий по продвижению товара к конечному потребителю. Основным критерием конкурентоспособности товаров служит степень удовлетворения реальных потребностей, что и обуславливает разную привлекательность товаров-конкурентов для потребителей. Для оценки конкурентоспособности используются косвенные критерии, которые можно подразделить на две основные группы:

- потребительские;
- экономические.

Потребительские критерии конкурентоспособности определяют потребительскую ценность, или полезность, товаров и представлены двумя основополагающими характеристиками: качеством и ассортиментом. Указанная группа критериев имеет наибольшую значимость для всех потребителей, но особенно - для индивидуальных.

Как говорилось ранее, именно качество и конкурентоспособность отечественного товара влияют на политику импортозамещения в стране. Стоит обра-

тить внимание, что процесс импортозамещения нежелателен, когда качественные импортные товары начинают заменяться низкокачественными товарами отечественного производства вследствие того, например, что у потребителя просто нет денег на покупку резко подорожавшей продукции иностранного происхождения.

Импортозамещение — это экономический процесс желательного или нежелательного вытеснения импортных товаров с отечественного рынка. Сегодня в России ведется активная политика импортозамещения. Для её стимулирования применяется различного рода государственные поддержки отечественного производителя. В частности, таможенно-тарифное (пошлины) и нетарифное (квоты, лицензирование ввоза) регулирования, а также субсидирование и другие виды господдержки.

Нельзя не заметить, что конкурировать с уже известными и любимыми потребителям импортными товарам, могут только высококачественные отечественные товары. Именно поэтому ожидаемым результатом импортозамещения является повышение конкурентоспособности продукции российского производства путём стимулирования технологической модернизации производства, роста его эффективности и освоения принципиально новых конкурентоспособных видов продукции с относительно высокой добавленной стоимостью.

В России импортозамещение сегодня развивается не так быстро, как хотелось бы. По мнению экспертов, (В. Половинкин, А. Фомичев, В. Катасонов) основными проблемами на пути импортозамещения и повышения конкурентоспособности экономики в России являются:

- отсутствие у предприятий резервных мощностей, которые могли бы быть оперативно задействованы для замещения импорта;
- неэффективное продвижение российской продукции, как в самой России, так и за рубежом;
- непоследовательная политика государственной поддержки предприятий, способных сыграть ключевую роль в импортозамещении;
- слабое стимулирование предприятиями научной и инновационной деятельности;
- недостаток высококвалифицированных и профессиональных кадров в инженерной и научной сферах. Это связано еще и с тем, что настоящие профессионалы не получают достойной зарплаты, а потому уезжают работать за рубеж.

Однако, по мнению экспертов, решение этих проблем довольно просто по смыслу, но затруднительны по осуществлению, так как они требуют довольно длительного промежутка времени и затрачивание большого количества усилий. Основные методы включают в себя.

Стимулировать развитие наукоемких высокотехнологических отраслей промышленности, в том числе посредством субсидирования и госзаказов. При этом крайне важно следить за целевым использованием бюджетных средств, назначить конкретных лиц отвечающих за расходование средств и применять неотвратимые меры ответственности за хищения и необоснованные растраты. Эти меры конечно должны применяться не только в рамках стимулирования

импортзамещения, но и в прочей связанной с расходом бюджетных средств деятельности на постоянной основе.

Осуществлять поддержку малого и среднего предпринимательства, в первую очередь посредством облегчения процедур открытия бизнеса и установления оптимальной налоговой нагрузки.

Стараться наполнить высококачественной конкурентоспособной продукцией российского производства в первую очередь внутренний рынок, а затем выйти и на зарубежные рынки.

По возможности защитить национальных производителей от зарубежных конкурентов с одной стороны, а с другой – способствовать развитию конкуренции среди национальных производителей.

Литература:

- [1]. Агарков, А.П. Управление качеством: Учебник для бакалавров / А.П. Агарков. - М.: Дашков и К, 2015. - 208 с.
- [2]. Горбашко, Е.А. Управление качеством: Учебник для бакалавров / Е.А. Горбашко. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 450 с.
- [3]. ГОСТ 15467-79 «Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения»
- [4]. Курочкина, А. Ю. Управление качеством услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Ю. Курочкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 172 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль). — ISBN 978-5-534-07316-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/434105> (дата обращения: 15.04.2019).
- [5]. Магомедов, Ш.Ш. Управление качеством продукции: Учебник / Ш.Ш. Магомедов, Г.Е. Беспалова. - М.: Дашков и К, 2016. - 336 с.
- [6]. Рожков, Н. Н. Статистические методы контроля и управления качеством продукции : учеб. пособие для академического бакалавриата / Н. Н. Рожков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 154 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06591-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/441372> (дата обращения: 15.04.2019).
- [7]. Тебекин, А. В. Управление качеством : учебник для бакалавриата и магистратуры / А. В. Тебекин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 410 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03736-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431901> (дата обращения: 15.04.2019).
- [8]. Управление качеством / Под ред. С.Д. Ильенковой. - М.: ЮНИТИ, 2016. - 287 с.

Повысить престижность занятости в научной, инженерной и иных высокотехнологичных сферах, обеспечив достойную оплату труда, сопоставимую с лучшими показателями западных стран.

Подводя итог вышесказанному, стоит заметить, что качество продукции напрямую влияет на конкурентоспособность выпускаемого производителем товара. Каждый производитель стремится повысить качество своей продукции с целью не только охватить больший сегмент рынка, но и сделать свою продукцию конкурентоспособной по отношению к импортным аналогам. И, таким образом, повысить импортзамещение в своей стране.