

Качество, как фактор успеха  
предприятия в условиях  
рыночной экономики



# Сущность категории качества.

---

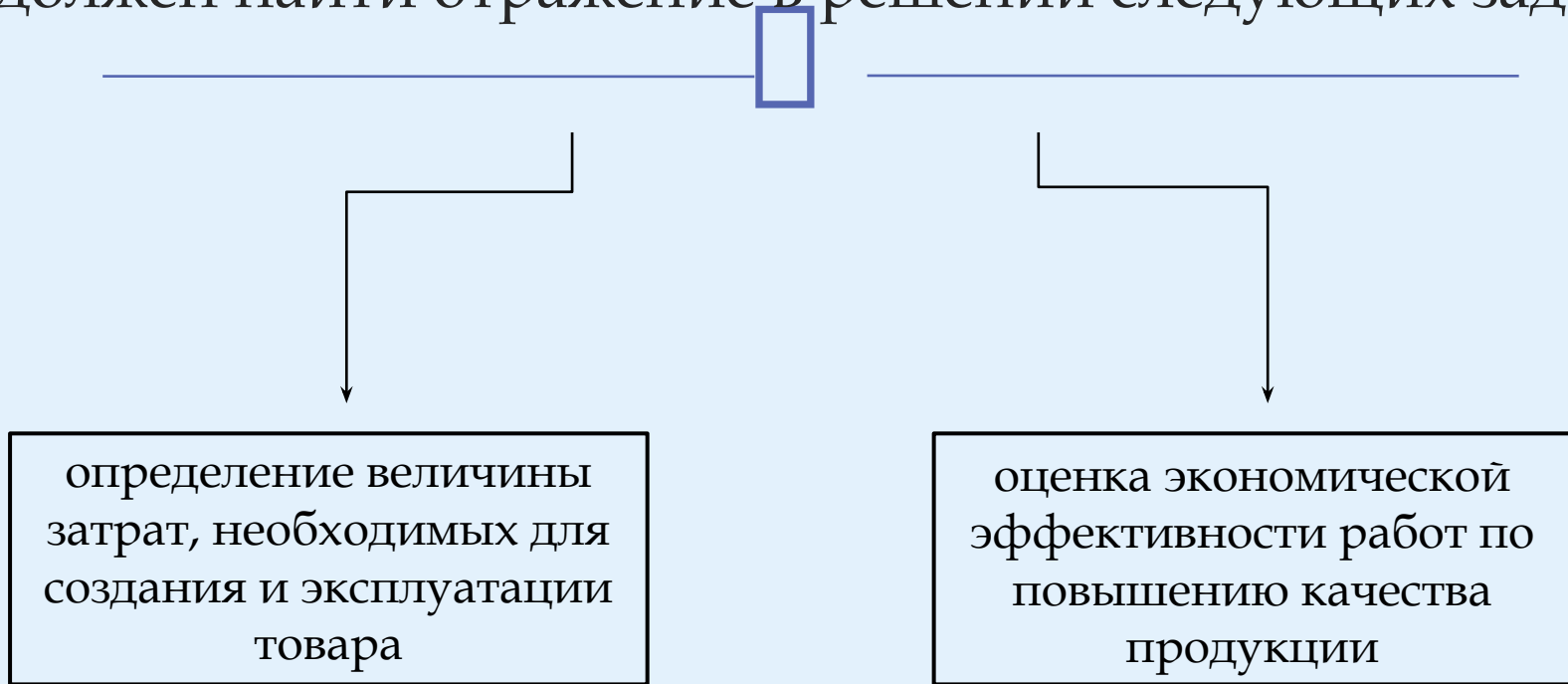
- В философском понимании качество выражает целостность объекта, его внутреннюю определенность и специфичность.
- Социально-экономический аспект категории качества определяется характером отношений социальных групп и общества в целом относительно результатов своего труда и являются мерой удовлетворения потребности.
- Технический аспект качества характеризуется совокупностью свойств продукции, функциональностью отдельных элементов в сравнение с аналогами конкурентной продукции, предназначенной для удовлетворения одной и той же продукции.

Качество как экономическая категория связано с понятиями : потребительская стоимость, полезность, удовлетворение потребностей.

---

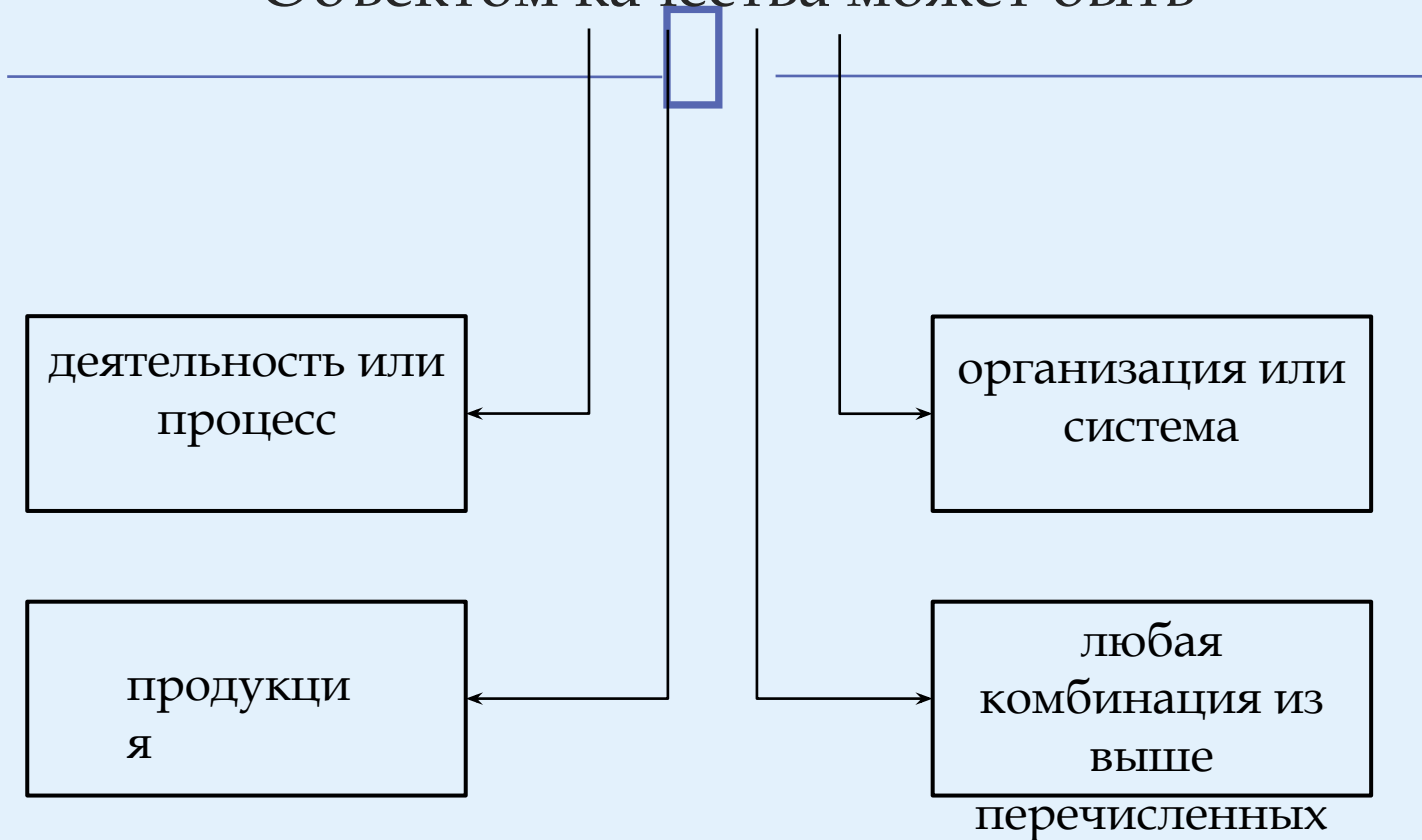
Мерой полезности продукта следует считать общественно необходимое качество, которое предопределяет достижение уровня потребительских свойств, обеспечивающих удовлетворение потребностей при наиболее производительном использовании , имеющихся в распоряжении организации материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Экономический аспект качества в системе управления должен найти отражение в решении следующих задач



- Качество – это совокупность свойств товаров, относящихся к его способности удовлетворять установленные или предполагаемые потребности.
- Согласно стандарту ISO 9000:2000 качество представляет собой степень соответствия присущих характеристик требованиям.
- Под характеристиками понимают отличительные свойства предмета.
- Под требованиями понимают потребности или ожидания, которые установлены или предполагаются.

# Объектом качества может быть



# Качество и удовлетворенность потребителя.

- Потребитель при покупке товара обращает внимание на бездефектность товара, учитывает его ценность и стоимость.
- Для производителя ожидаемая стоимость будет складываться из прибыли, затрат на рабочую силу, затрат на материалы и накладных расходов.



Удовлетворенность потребителей ( $VS$ ) зависит от ценности продукта ( $V$ ) и его стоимости ( $C$ ) и может быть представлена в виде:

$$VS = \frac{V}{C};$$

- 1)  $V > C$ ,  $VS > 1$  – потребитель удовлетворен, при этом производитель заинтересован в получении прибыли за счет увеличения стоимости своей продукции;
- 2)  $V = C$ ,  $VS = 1$  – ожидания потребителя подтвердились, а производитель окупил свои затраты и получил запланированную прибыль;
- 3)  $V < C$ ,  $VS < 1$  – потребитель не удовлетворен. В большинстве случаев повторная покупка не состоится. Производитель начинает терять приобретенных ранее потребителей.



- С точки зрения потребителя ценность продукта может быть объективной и субъективной.
- Организация получает ряд преимуществ вследствие удовлетворения запроса потребителя:
  - 1) Увеличивается количество потребителей, в том числе постоянных, что способствует росту положительных рекомендаций с их стороны;
  - 2) Сокращение затрат на привлечение новых покупателей.
- Качество в современном менеджменте представляет собой системную многоуровневую категорию, отражающую способность организации удовлетворять потребности сторон.

# Сущность показателей качества и их классификации.

- Показатели качества – это свойства и характеристики, выражающие качество товара.

К ним можно отнести только те свойства и характеристики, которые можно измерить, оценить, проверить (т.е. выразить их через измеряемые показатели), только в этом случае их можно прогнозировать, выбирать, планировать, нормировать, контролировать, а следовательно можно обеспечивать их.

- Согласно стандарту ISO 9000 показатели качества продукции – это количественно и качественно установленные требования к характеристикам или свойствам объекта, дающее возможность их реализации и проверки.

# Виды показателей качества

---

1) По количеству характеризующих свойств:

Единичный;

Комплексные показатели;

Интегральный.

2) По характеризующим свойствам:

Показатели назначений;

Показатели надежности;

Показатели технологичности;

Эргономические показатели;

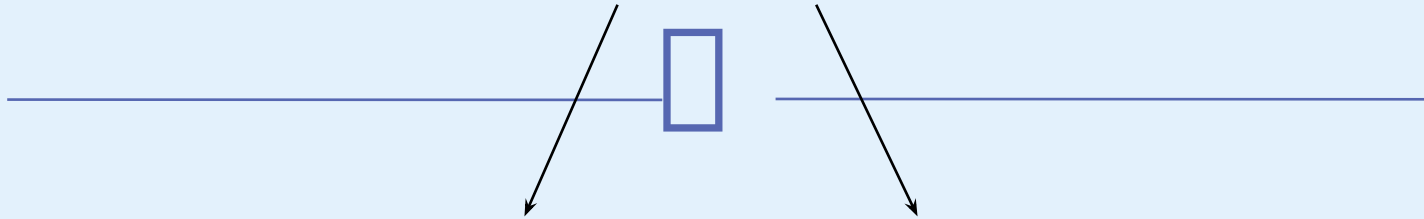
Эстетические показатели;

Показатели стандартизации;

Патентно-правовые показатели;

Экономические показатели.

# Методы определения показателей качества.



По способу получения информации:

- Измерительный
- Регистрационный
- Органолептический
- Расчетный

По источнику информации:

- Экспертный
- Традиционный
- Социологический