

Разработанная технология может быть рекомендована к внедрению на предприятиях аналогичного профиля.

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ШВЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Авторы: Чонгарская Л.М., доцент, Иванова Н.Н., ассистент, УО «Витебский государственный технологический университет»

Руководитель: Чонгарская Л.М., доцент, УО «Витебский государственный технологический университет»

Современный уровень развития народного хозяйства и научно-технического прогресса, а также растущие потребности населения настоятельно требуют повышения качества выпускаемой продукции. Качество продукции все в большей степени зависит от уровня технологии, механизации и автоматизации технологических процессов.

Процесс создания конкурентоспособной продукции, соответствующей мировому уровню, с каждым годом становится более сложным, трудоемким и дорогостоящим. Это требует грамотного управления.

Системы управления качеством, действующие на различных предприятиях, индивидуальны. Тем не менее, мировая наука и практика сформировали общие признаки этих систем, а также методы и принципы, которые могут применяться в каждой из них.

Управление качеством имеет конечной целью достижение экономического эффекта, иными словами, ориентировано на получение предприятием прибыли. Предприятие должно сформировать у себя систему управления, которая обеспечит ему высокую эффективность работы, конкурентоспособность и устойчивость положения на рынке.

В рыночной экономике проблема качества является важнейшим фактором повышения уровня жизни, экономической, социальной и экологической безопасности. Качество – комплексное понятие, характеризующее эффективность всех сторон деятельности: разработки стратегии, организации производства, маркетинга и др. Важнейшей составляющей всей системы качества является качество продукции.

Качество представляет сложную категорию, которая включает качество как общее философское понятие, качество организации, качество работы и качество продукции. Качество можно представить в виде системы: Качество → Качество фирмы → Качество работы → Качество продукции.

Понятие “качество” сформировалось под воздействием историко-производственных обстоятельств. На каждом этапе развития общественного производства существовали различные к нему подходы и требования. На этапе крупного промышленного производства качество сначала рассматривалось с позиции единичного экземпляра как точность размеров изделий. Развитие научно-технического прогресса и повышение сложности выпускаемой продукции привели к увеличению числа оцениваемых ее

свойств. При этом внимание специалистов по управлению качеством концентрировалось на комплексной проверке функциональных способностей изделия. В условиях массового производства качество стали оценивать на основе стандартов качества всей производимой продукции.

Качество организации рассматривается прежде всего как работа, связанная с маркетинговыми исследованиями, разработкой проекта, обеспечением высокого организационно-технического уровня производства, подготовкой и мотивацией персонала, созданием надлежащих условий труда.

Качество работы включает обоснованность принимаемых управленческих решений, систему планирования, анализа, контроля и учета, т.е. качество работы непосредственно связано с обеспечением функционирования организации. Это – качество руководства, от которого, в конечном счете, зависит достижение поставленных целей, качество организации и ее имидж. Особое значение имеет качество работы, непосредственное связанное с разработкой проекта, поставками сырья, материалов, комплектующих изделий, выполнением технологических процессов, своевременным выявлением и устранением брака. Конечное качество зависит от качества работы на каждом этапе процесса проектирования, производства и реализации продукции.

Качество продукции является интегрирующей составляющей и следствием качества работы. Этот показатель характеризует качество реализуемой продукции, мнение потребителя, свидетельствует об отсутствии рекламаций. Формирование качества продукции начинается на стадии ее проектирования. Так, на этапе маркетинговых исследований разрабатываются технические и экономические подходы и принципы предполагаемого изделия, создаются функциональные образцы или модели. После этого формируется производственная документация и создается опытный образец. На стадии конструкторско-технологических работ ведется подготовка изделия к внедрению в производство.

Наверху пирамиды находится TQM (total quality management) – всеобщая система менеджмента качества, которая предполагает высокое качество организации в целом [1].

Основой идеологии данной системы служат три положения:

- 1) высокое качество работы организации является важнейшим инструментом достижения ее целей;
- 2) высокое качество работы организации предполагает оптимальность использования всех видов ресурсов;
- 3) высокое качество работы организации достижимо лишь при условии ориентации действий всех подразделений и сотрудников на максимальное удовлетворение требований и ожиданий потребителя.

Главной целью системы TQM является достижение более высокого, по сравнению с фактически имеющимся, уровня качества выпускаемой предприятием продукции и осуществляемых им деловых процессов.

Важнейшим элементом этой системы, определяющим ее внутреннюю архитектуру и увязывающим ее параметры с требованиями потребителей, становится международный стандарт качества серии ИСО-9000.

Для оптимизации процессов формирования совокупности плановых мероприятий целесообразной считается разработка специализированных целевых научно-технических программ, ориентированных на повышение качества продукции. Подобные программы разрабатываются для конкретных видов продукции и включают в себя задания по техническому уровню и прочим качественным параметрам этой продукции, требования к параметрам ресурсного обеспечения всех этапов ее жизненного цикла, а также мероприятия, призванные обеспечить реализацию таких требований.

Стабильное обеспечение качества зависит от многих факторов, возникающих на различных стадиях производства. Различают следующие факторы:

- объективные;
- субъективные;
- непосредственно влияющие на качество продукции;
- способствующие сохранению качества;
- стимулирующие качество.

К непосредственно влияющим на качество продукции и позволяющим регулировать качество относятся:

- свойства используемых материалов;
- конструкция изделия;
- качество технологических процессов изготовления изделий.

Решающая роль в повышении качества продукции принадлежит использованию прогрессивных малооперационных методов обработки и современного оборудования с автоматизацией вспомогательных приемов. Формирование перечня операций, описывающего технологический процесс изготовления, является первым этапом технологического проектирования с использованием элементов автоматизации. Эта задача в САПРе может выполняться путем:

- внесения модельных изменений в проект базовой модели, выбранной в справочной части;
- интеграции в структуре проекта отдельных фрагментов описания технологического процесса, выбранных из справочной части системы в соответствии с новой моделью;
- создания новых операций в информационной системе.

Справочная часть базового модуля системы содержит в себе содержание и технические условия неделимых операций отдельных узлов и их нормирование: определение разряда и нормы времени на операции, выполняемые на соответствующем оборудовании. Единая информационная среда дает возможность копировать любые части справочной информации во вновь разрабатываемый документ и адаптировать его к конкретной модели. Таким образом, из отдельных «кубиков» и «блоков» можно быстро собирать новые проектные решения.

Автоматизированное проектирование является одним из актуальных направлений совершенствования технологической подготовки производства к запуску новых моделей, обеспечивающих высокое качество и эффективность проектных решений

Литература

Смелков, Д. В. Управление качеством и сертификация: курс лекций для студентов спец. 1-53 01 01-05 "Автоматизация технологических процессов и производств (легкая промышленность)" / УО "ВГТУ"; сост. Д. В. Смелков. – Витебск : УО «ВГТУ», 2009. – 174 с.: ил.

МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ И ЕЁ АНАЛИЗ

Автор: Урбонене Л., Шяуляйская государственная коллегия (Литва)

Введение

Маркетинг – одно из самых распространённых понятий, напрямую ассоциирующихся с рыночной экономикой. С переходом на рыночные рельсы маркетинг распространился во все отрасли и звенья народного хозяйства, в том числе и в сферу высшего образования. В современных условиях для успешного функционирования ВУЗов на рынке образовательных услуг необходимым условием является изучение маркетинговой среды.

Образовательное учреждение является частью сформировавшейся в регионе сферы образования, входящей в одну из сфер народного хозяйства, и поэтому одним из ключевых понятий маркетинга является понятие маркетинговой среды, представляющей собой совокупность факторов, активно действующих и влияющих на конъюктуру рынка и эффективность деятельности субъектов маркетинга.

Бдительные образовательные учреждения периодически пересматривают свои целевые, стратегические и тактические установки, они полагаются на маркетинг как на основное комплексное средство наблюдения за рынком и приспособления к происходящим на нём переменам.

Цель работы: определить маркетинговые подходы к определению сущности внешней среды образовательного учреждения.

Маркетинговая среда

На рынке каждое предприятие является относительно открытой системой, развивающейся под влиянием многих внешних и внутренних факторов, которые составляют соответствующую ему среду.

Маркетинговая среда – это совокупность условий, которые влияют на деятельность и возможности образовательного учреждения поддерживать с целевыми клиентами успешное сотрудничество. Маркетинговую среду делят на внутреннюю и внешнюю. В нашем случае анализируем внешнюю среду.

Внешняя маркетинговая среда (макросреда) включает в себя неподвластные контролю со стороны отдельного образовательного учреждения силы общерыночного действия, такие как:

- политико-правовые;
- экономические;
- демографические;