

УДК 658.562.4

***ЯПОНСКИЙ ОПЫТ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ И ЕГО  
ПРЕИМУЩЕСТВА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ***

***Койвистойнен А.А.***

*студент,*

*Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ,  
Краснодар, Россия*

***Кочубей Е.И.***

*к.ф.н., доцент,*

*Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ,  
Краснодар, Россия*

**Аннотация**

Тема исследования является актуальной, так как в условиях современного производства качество продукции является наиболее важным компонентом эффективности и рентабельности предприятия, поэтому ему необходимо уделять особое внимание. В статье приведены основные принципы управления качеством в Японии, на которые следует акцентировать внимание отечественным производителям. Охарактеризованы преимущества данной системы. Дано краткое описание действий из опыта решения возникающих проблем при производстве продукции.

**Ключевые слова:** качество, продукция, производство, конкурентоспособность, принципы.

***JAPANESE QUALITY MANAGEMENT EXPERIENCE AND ITS  
ADVANTAGES AT THE MODERN STAGE OF DEVELOPMENT***

***Koivistoinen A.A.***

*student,*

*Academy of Marketing and Social Information Technologies – IMSIT,*

*Krasnodar, Russia*

***Kochubey E.I.***

*Ph.D., Associate Professor,*

*Academy of Marketing and Social Information Technologies – IMSIT,*

*Krasnodar, Russia*

### **Annotation**

The research topic is relevant, since in the conditions of modern production, product quality is the most important component of the efficiency and profitability of the enterprise, therefore, special attention must be paid to it. The article describes the basic principles of quality management in Japan, which should focus on domestic manufacturers. The advantages of this system are characterized. A brief description of the actions from the experience of solving emerging problems in the production of products is given.

**Key words:** quality, products, production, competitiveness, principles.

Высокое качество продукции является основным фактором успеха предприятий, обеспечивая в настоящее время их конкурентоспособность и экономическую эффективность.

Повышение качества продукции представляет собой многогранную проблему, связанную с качеством материалов, сырья, квалификацией персонала и техническим состоянием оборудования, которые в разной степени влияют на качество готовой продукции и требуют систематического и комплексного подход к их регулированию [1, 208].

Управление качеством продукции в настоящее время является серьезной проблемой на наших отечественных предприятиях. Многие производители не совсем осознают, что они производят продукты низкого качества для своих близких. Их главная цель – получить более высокую прибыль.

В результате проведенных исследований был сделан вывод о том, что японская модель управления качеством заслуживает наибольшего внимания. Мы можем принять во внимание многие из наших принципов управления на отечественных предприятиях благодаря опыту решения следующих проблем:

1. Необходимо оценить ущерб, который может иметь некачественная продукция. В то же время ущерб от готовой продукции (отказы, травмы, несчастные случаи, невозможность выполнения своих функций, несоблюдение требований клиентов и т. д.), и ущерб в процессе производства некачественных продуктов (непроизводительное время, энергия, прочность, токсичность определенных отраслей и т. д.).

2. Для продуктов компании, чтобы они были конкурентоспособными, необходимо постоянно улучшать их качество и снижать себестоимость. Не забывайте, что требования клиента постоянно растут.

3. Основной целью программы повышения качества в компании должно быть постоянное сокращение расхождений между показателями качества продукции и характеристиками, установленными клиентом. Эта задача связана с постоянным совершенствованием метрологической службы.

4. Ущерб, причиненный клиентом из-за несоблюдения его требований, пропорционален квадрату отклонения показателей качества. Это необходимо учитывать, устанавливая требования к качеству производственных процессов.

5. Качество и стоимость готовой продукции в основном определяются качеством проекта и технологией. Поэтому при проектировании, планировании производственных методов и контроле необходимо руководствоваться требованиями к качеству готовой продукции.

6. На этапе разработки и тестирования образцов необходимо уменьшить отклонения в характеристиках продукта от указанного качества.

7. Необходимо определить зависимость рабочих характеристик от других параметров продукта и технологического процесса и, используя установленную зависимость, провести планирование эксперимента на основе статистических расчетов.

Следует также отметить, что сегодня это исключительная особенность, поскольку формирование качественного уровня продукта с учетом факторов качества рынка: требования клиентов, потребительские требования, изменения доли рынка, стратегии и тактики конкуренции и т. д. Практика обеспечения качества в современных условиях существенно повлияла на концепцию качества. Если несколько десятилетий назад качество было понято как набор технических индикаторов свойств товаров, то сейчас этого недостаточно: необходимо, чтобы набор свойств удовлетворял чьи-то потребности [2, 122].

Концепция «хорошего качества» сегодня состоит в выполнении требуемых функций продукта, поддержании экономически разумной цены и соответствующем уровне эксплуатационных расходов, защите окружающей среды, безопасности продуктов, обеспечении качества на этапе маркетинга и послепродажного обслуживания.

Обращая внимание на опыт Японии в улучшении качества продукции, хотелось подчеркнуть следующие основные принципы:

- высокая ответственность каждого из производственных подразделений;
- разработка привычки улучшать каждого сотрудника;
- стремление к постоянному совершенствованию;
- постоянный мониторинг производственного процесса;

- наглядность результатов измерения показателей качества на сайте. На японских предприятиях всяческие стенды повсюду висят. Они объясняют сотруднику, администрации, клиентам и внешним посетителям, какие

показатели качества проверяются, каковы текущие результаты проекта, какие программы улучшения качества находятся в стадии реализации, кто получил награды за качество и т. д. Некоторые из стендов – светящийся электронный дисплей, аналогичный свету в спортивных залах: они сигнализируют, когда требуется помощь персонала;

- соблюдение требований к качеству;

- ошибки самовосстановления. На заводе Kawasaki в США сборочные линии оснащены красными и желтыми сигнальными лампами. Когда возникает проблема, рабочий включает желтый сигнал. Если дефект достаточно серьезный и линия должна быть остановлена, загорается красный сигнал. Иногда остановки напрямую связаны с требованиями к качеству, например, невозможно соединить две части, и вам необходимо немедленно выяснить причину и сообщить изготовителям этих деталей. Почти всегда продолжительность остановки достаточна, чтобы убедиться, что монтажники убеждены, что они не виноваты в проблеме;

- 100 % проверка продукции;

- постоянное и постепенное улучшение качества;

- производство в небольших партиях;

- чистота на рабочем столе. Японцы – опрятные люди. Неудивительно, что чистота и порядок доминируют на японских предприятиях [3, 404].

Во-первых, заказ является требованием безопасности. На протяжении многих лет подразделения безопасности западных предприятий также проповедовали точность на рабочем месте. Во-вторых, порядок диктуется соображениями гордости за их предприятие.

Хотя соображения безопасности и гордости для их предприятия являются важными факторами, основным условием для заказа на японских фабриках является контроль качества. Естественно, что небрежное содержание рабочего места способствует небрежности в работе, что, в свою очередь, приводит к

профессиональным травмам и наносит ущерб продуктам и оборудованию. И наоборот, порядок на рабочем месте создает благоприятные условия для развития рабочих навыков, повышения качества продукции и уважения к технологиям [4, 376].

Поскольку заказ на рабочем месте рассматривается как предпосылка для хорошего качества продукции, ответственность за поддержание порядка должна возлагаться на тех, кто отвечает за качество, то есть за рабочих и ремесленников. В Японии очистка производственных помещений обычно осуществляется рабочими, а не специально обученным персоналом. Just In Time (как раз вовремя) требует высокой мобильности работы. Общепринятой практикой является использование производственных работников, которые в настоящее время не занимаются основными операциями, для очистки территории и выполнения других работ на различных объектах.

Примером такого внимательного отношения японцев к заказу на предприятии является завод по производству телевизоров компании Sanyo (Арканзас, США). По словам исследователей Гарварда, когда Sanyo купил этот завод, ранее принадлежавший американской компании Warwick, и был на грани краха, одним из первых шагов, предпринятых новым руководством, было очистить завод в выходные дни и покрыть полы полиуретаном. Благодаря этому компания не только стала выглядеть умной и чистой, но и уменьшилось содержание пыли в воздухе, что вызвало проблемы при работе оборудования и забило электронные контакты цепи в изделиях. Кроме того, с этой чистотой полов все, что приходит на пол, сразу бросается в глаза и автоматически поднимает падшую вещь [5, 189].

Западные производители часто позволяют оборудованию работать с перегрузкой и слишком полагаться на отдел технического обслуживания, в то время как японские рабочие строят и лелеют свои автомобили. Например, каждое утро оператор машины выполняет ряд операций по проверке своего

оборудования. Началу рабочего дня обычно предшествуют смазка, отладка, крепление и заточка инструмента. Для работников, которые в первую очередь относятся к качеству, ежедневная проверка оборудования вполне естественна, так как причиной его брака является неисправность в его работе. Однако общая тенденция остается небрежным отношением к оборудованию; внедрение инструментов для автоматического предотвращения ошибок; функционирования качественных кругов.

Таким образом, можно сделать вывод, что качество продукции как социально-экономическая категория – это конкретное выражение социальной полезности, которая характеризует степень его пригодности для того, чтобы удовлетворить потребности общества. Это определение показывает как количественные, так и качественные характеристики стоимости использования.

#### **Библиографический список**

1. Агарков, А.П. Управление качеством: Учебник для бакалавров / А.П. Агарков. – М.: Дашков и К, 2017. – 208 с.
2. Бадалов Л.М. Экономические проблемы повышения качества продукции. – М.: Экономика, 2018. – 122 с.
3. Васин, С.Г. Управление качеством. всеобщий подход: Учебник для бакалавриата и магистратуры / С.Г. Васин. – Люберцы: Юрайт, 2019. – 404 с.
4. Салимова, Т.А. Управление качеством: Учебник по специальности «Менеджмент организации» / Т.А. Салимова. – М.: Омега-Л, 2017. – 376 с.
5. Фрейдина, Е.В. Управление качеством: Учебное пособие / Е.В. Фрейдина. – М.: Омега-Л, 2018. – 189 с.

*Оригинальность 77%*