

## КӘСІПОРЫНДАРДАҒЫ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІКТІ ДАМУДАҒЫ ӨНІМ САПАСЫН БАСҚАРУДЫҢ РӨЛІ

*Курманалина Ж.Е.  
Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ,  
Экономика және бизнес жоғары мектебі,  
Менеджмент мамандығының 1-курс магистранты, Алматы*

### **Ғылыми жетекші**

*Нұрсейтова Г.Б.  
Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дың доценті, Алматы*

Соңғы жылдары өнім сапасы мәселесі өсе түсті және кәсіпорындар өздерінің өнімдерін нарыққа өткізуде, жылжытуда сапаға деген қатаң талаптарға тап болды. Сапасыз шығарылатын өнім сапасы мен фирма тұрақтылығына жетуге болмайды. Өнім сапасын үздіксіз көтеру, оның номенклатурасын жаңарту, өнімнің ғылыми сыйымдылығын арттыру әлемдік деңгейдегі алдыңғы қатарлы озат фирмалардың мақсаты болып табылады. Өнімнің жоғары сапасы фирмаға бағалы емес бәсекеде жеңіске жетуді, яғни, өнім сапасының артықшылығы мен ерекшелігі арқасында тұтынушы үшін бәсекелес-фирмалар арасындағы экономикалық жарыста жеңіске жетуді қамтамасыз етеді. Қазіргі уақытта сапаны басқару кәсіпорынды басқарудың маңызды аспектісі болып табылады. Мәселе мынада, сапаны басқаруды бірінші орынға қою шетелдік компанияларға тән, өкінішке орай Қазақстанның нарықтық экономикасы үшін ол үшін әлі өсу керек. Өнім сапасын көтеру өнімнің ғылыми сыйымдылығын арттыру алдыңғы қатарлы озық фирмалардың басты мақсаты. Өнім сапасы бағалы емес бәсекеде, өнім сапасының артықшылығы мен ерекшелігі арқасында тұтынушы үшін бәсекелес фирмалар арасында жеңіске жетуді қамтамасыз етеді. Отандық және шетелдік кәсіпорындардың сапа саласындағы саясаты кәсіпорынның жалпы саясатымен байланысты.

Сапа саласындағы саясаттың жүзеге асуы жүйелі сапа арқылы жүзеге асады, оның басты қызметі сапа басқару болып табылады. Өнім сапасына әсер ететін жағдайлар мен мақсатты бағытта ықпал ету және жүзеге асырылатын өнімді өңдеу, айналымы және пайдалану немесе тұтыну кезінде өнім сапасының қажетті деңгейін орнату, қамтамасыз ету және қолдану өнім сапасын басқаруды білдіреді. Сонымен қоса, өнім сапасын басқару бұл өнімді тұтыну кезінде жүргізілетін іс-әрекет [1].

Кәсіпорын тарапынан нақты сапа деңгейіне жетуде екі бағыт бар. Біріншісі, берілген сапа деңгейінде цикл, периодқа жету мүмкіндігі. Екіншісі, бұл мақсаттарға қаржыларды жинақтау есебінен сапа деңгейін жоғарлатуды қаржыландыру. Бірінші бағыттың жүзеге асуы болжау мен көп уақыттың керектігін анықтайды. Соңғы жылдары бірінші бағыт басым артықшылықтарға ие болғандықтан, актуалды болып табылады.

Біріншіден, өнім өңдеу мен жобалаудың барлық сатыларында үлкен орталықтандыруды қамтамасыз етеді.

Екіншіден, бұл бағыт әлемдік сапа деңгейіне кәсіпорынды жылжытады.

Үшіншіден, сапа деңгейіне жетеді, ол кәсіпорынды жоғары артықшылықтарды қамтамасыз етеді. Ірі фирмалар глобалды қызмет ете отырып, аралас стратегияны қолдануы мүмкін. Мемлекеттік деңгейде несиелеу мен қаржыландыру жоғары тиімді жобаларды таңдауға, прогрессивті өнімдерді игеруге, оларды игеру кезінде кәсіпорындарға жеңілдіктер ұсынуға бағытталады. Сапаны басқару өзінің дамуында бірнеше сатыдан өтті. Сапаға тұрақты талаптың өсуі сапаны басқарудың одан ары дамуын анықтады. Сапа саласында отандық және шетелдік компаниялардың қазіргі заман саясаты кәсіпорынның жалпы саясатына негізделеді. Сапа саласында саясаттың

жүзеге асуы жүйелі сапа арқылы жүзеге асады, оның басты қызметі – сапа басқару болып табылады. Өнім көлемін жоғарлату мен оны шығару мерзімдерін қысқарту көбіне сапаның төмендеуіне, ал сапаны жоғарлату қосымша шығындарды және өндіріс жұмысының төмендеуіне әкеледі [2].

Өнім сапасын басқаруды жетілдіруде отандық өндірушілердің алдына қойылатын негізгі мәселелер, олар:

- өнім сапасын басқару жүйесіне маркетинг қызметі механизмін қосу;
- тұтынушыға және барлық өндірістік қызметтерде сапаны басқару жүйесін қалай бағыттау;
- өнімнің өмірлік кезеңінің барлық белестеріндегі сапаны басқару жүйесіндегі механизм әсерлерін күшейту.

Сапа мәселесін шешуде өнім сапасын басқарудың қазіргі заманғы әдістерін тәжірибеде қолдануға жоғары білікті кадрлардың бар болуы міндетті шарт болып табылады. Сапаны басқару бүгінгі күні бәсекеге қабілетті өнімді құрудың негізгі әдісі. Оны басқарудың шетелдік тәжірибесі көрсеткендей, өнімнің тұрақты сапасын шығарылатын материалдар сапасынсыз мүмкін емес. «Жақсы сапа» түсінігі өнімді өткізу сатысында және сатылуадан кейін сервисті қамтамасыз ету, қоршаған ортаны қорғау, экономикалық бағаны ұстаудан құрылады. Өнім сапасының деңгейі сапаның нарықтық факторларының есебімен құрылуын ескеру қажет: сатушы талабы, нарықтағы үлестің өзгеруі, бәсекелестер стратегиясы мен тактикасы. Қазақстан кәсіпорындарында өнім сапасын басқарудың жетілуі жеткіліксіз. Кәсіпорындарда өнім сапасын басқару қазіргі таңда бәсекеге қабілетті өнімді құрудың негізгі әдісі. Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін жоғарлату мақсатымен, тұтынушының талаптарының өсу есебімен өнімнің сапасын жоғарлату мен өзіндік құның төмендету керек.

Қазіргі таңда еліміздің кәсіпорындарында сапаны жоғарлатудың басты мақсаты, өнім сапасы көрсеткіштері мен тұтынушы талабы арасындағы теңдікті сақтау болып табылады.

Сапаны басқарудың жапондық тәжірибесі электро-тұрмыстық техника түрлерін сапасын қамтамасыз етуді ұйымдастыру мысалында көрінеді. Жапондық мамандар ойынша сапа негізінде технологиялық үрдіс құрылса, сапаны бақылау жүйесі сынау орталығы жасырын көмекші болып табылады, ол технологиялық үрдісте сапаны қамтамасыз ету әдістерін талдайды. Жапондық өнімнің жоғары сапасына жету жолындағы қозғалыстың негізін салушылардың бірі Каору Исикава «сападан үнемдеуге болмайтынын, өйткені сапаның өзі үнем екендігін» атап көрсетті. Доктор Исикава басқару әдістері негізінде барлық жерде бірдей және бір принциптер әр түрлі салаларда және әр түрлі елдерде қолданылуы мүмкін деп есептейді [3].

Жапондық тәжірибе 60-жылдардың басында пайда болған сапа үйірмелері ең ықпалды болып шықты. Үйірмелерді құрудың қарапайымдылығы мен олардың жоғары тиімділігі Батыстың жапон тәжірибесін көшіруге ниетін аударды. Сапа үйірмелері мақсаттарының бірі ұжымдық жұмыс арқылы адами қатынастарды тереңдету мен өндірістік мәселелерді бірлесіп шешу. Сапа үйірмесінің жапондық мамандар есебі жұмысқа деген қызығушылықты тудырады. Жапонияда сапа жүйесіне үш жапондық қоғамның «қасиетті сиырлары» үлкен рөл атқарады: өмір бойы жалдану, жалақының ерекше жүйесі, еңбек бірлестіктерінің фирмалақ құрылымы және өздерінің қызметкерлеріне әлеуметтік жеңілдіктер (медициналық сақтандыру, спорт, туризм, тамақтану және т.с.с.). жапондық фирмаларда сапа үйірмелерін құруда сатып алушылар талабына негізделген өнімнің барлық технологиялық тізбегінде сапаны дұрыс және жүйелі бағалауға үйретеді.

Өнім сапасын басқаруды жетілдірудің бағыттары бойынша отандық кәсіпкерлер алдында мынадай негізгі мәселелерді қарастыру қажет:

- Өнім сапасын басқару жүйесіне маркетингтік іс әрекет механизмін қосу:

- Өнімнің өмір сүру циклінің барлық кезеңінде сапаны басқару жүйесінің әсер ету механизмін жоғарылату [4].

Қорыта келгенде, өнім сапасын басқару – бұл өнім сапасына әсер ететін жағдайлар мен мақсатты бағытта ықпал ету және жүзеге асырылатын өнімді өңдеу, айналымы және пайдалану немесе тұтыну кезінде өнім сапасының қажетті деңгейін орнату, қамтамасыз ету және қолдану. Сонымен қоса, өнім сапасын басқару бұл - өнімді тұтыну кезінде жүргізілетін іс-әрекет. Сапаны басқару – сапа жағынан талаптарға сай келетін өнімді шығару үшін күнделікті іс-әрекет пен оның әдістері. Соңғы кездері кәсіпорындарда сапа мәселесін шешуде кезінде нарықтық қажеттілік есепке алынбай, өнім сапасы техникалық деңгейге бағытталады.

Алдыңғы қатарлы фирмалардың қатарына жатуы үшін өнім сапасын басқаруды келесідей жаңа стратегиясын енгізуіміз қажет:

- өнім сапасы қандай да бір бөлімнің техникалық функциясын емес, ол фирманың бүкіл ұйымдастырушылық құрылымы мен байланысы жүйелік процес;
- сапаның жаңа түсінігіне кәсіпорының әйкес ұйымдастырушы құрылымы жауап беруі тиіс;
- өнім сапасы өндірістік цикл шеңберіне ғана тиісті емес, сонымен бірге талқылау, маркетинг және сатудан кейінгі қызметке де тиісті, маңызды болып табылады;
- сапа өндірушінің емес тұтынушының талабын қанағаттандыруға бағытталуы тиіс;
- өнім сапасын артытру өндірісте жаңа технологияны талап етеді;
- өнім сапасы барлық жұмыскерлерді қатысуға қызығушылығы мен ғана қол жеткізеді.

Жоғарыда аталғандардың барлығы барлық қызметкерлерге қолдану қолайлы, тұтынушылардың мүддесіне бағытталған, сапаны басқару жүйесі толық, нақты ұйымдастырылғанда ғана жүзеге асырылуы тиіс. Өнім сапасын жақсарту үшін техника экономикалық және ұйымдастырушылық тапсырмалар мен шаралардың кешені анықтау қажет. Сонымен қатар өнім сапасын арттыру деңгейін қарастыратын жауапкершілік пен міндеттерде ескерілуі керек [5].

Шетелдік компаниялар тәжірибесін зерттей отырып, келесіні айтуға болады

1. Қазақстан үшін сапа мәселесі бұқаралық ақпарат құралдарында қолдау табу керек;
2. тұтыну тауарларының сапасын бақылауды бірінші қажеттілік деп түсіну;
3. шикізат пен құралдарды сатып алуда олардың сапасына көңіл бөлу қажет;
4. технологиялық үрдістердің сапаға лайықты көңіл бөлуі керек;
5. мемлекеттік басқару деңгейінде сапаны басқару жүйесін бірлесе құра отырып республикада стратегияның жасалуы керек.

#### **Қолданылған әдебиеттер тізімі:**

1. Фейгенбаум, А. Кантроль качества продукции /Пер. С англ.- М., 1996.
2. Каткало В. Организационные факторы конкурентных преимуществ фирм, журнал «Персонал-Микс».2003г. №5.
3. Тургинбаева А.Н. Эффективная инновационная инфраструктура –фактор качества казахстанской НИС, журнал «Менеджмент качества»,№1/2007.С.14-16.2007.
4. Нурпеисова М.М. Качество – ключ к завоеванию рынка. – Алматы, Экономика, 2001. – 106 Б.
5. «Қазақстан Республикасының Менеджмент жүйесін 2015 жылға дейін дамыту концепциясы». – Астана, 2008. – 33б.