

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ОРГАНИЗАЦИЙ АВТОКОМПОНЕНТНОГО СЕКТОРА

Календаров Ф. (Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики)

Портнягин О. (Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики)

Научный руководитель – д.э.н., профессор, доцент ФТМИ Коваленко Б.Б.
(Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики)

Аннотация: В докладе исследуются современные особенности развития системы менеджмента качества в организациях автокомпонентного сектора. Обосновывается необходимость, а также описываются ключевые проблемы, связанные с внедрением международного отраслевого стандарта в области управления качеством на отечественных предприятиях – производителях комплектующих и запчастей для автомобилей.

Введение. Уровень развития отечественного рынка автокомпонентов всецело зависит от текущей ситуации на рынке автомобилей. Современные автомобильные производства стремятся соответствовать самым высоким стандартам качества, существующим на сегодняшний день. В то время как представители отечественного автокомпонентного сектора зачастую сталкиваются с серьезными проблемами, которые не позволяют им своевременно реагировать на постоянно меняющиеся требования рынка, которые главным образом ориентированы на качество. Это влечет за собой значительное отставание в конкурентной борьбе отечественного автопрома.

Основная часть. Современная отечественная Стратегия развития автомобильной промышленности до 2025 года (утверждена распоряжением Правительства от 28 апреля 2018 года №831-р) нацелена на создание регулирующих, инвестиционных, инфраструктурных и технологических условий для обеспечения конкурентоспособности на мировом рынке российской автомобильной промышленности и производства компонентов. В свою очередь главная составляющая конкурентоспособности любого предприятия в современных условиях предполагает способность обеспечить постоянно возрастающие требования потребительского рынка, в том числе в области качества продукции.

Основными трудностями, с которыми сталкиваются отечественные производители автокомпонентов, остаются такие, как дефицит финансовых ресурсов для развития, низкий, зачастую критический, уровень технологий и оборудования, недостаток квалифицированных кадров и т.д. В связи с чем, обеспечить достойный уровень качества и конкурентоспособности своей продукции отечественным производителям запчастей достаточно сложно. По мнению ведущих экспертов автопрома, именно качество российских комплектующих в настоящее время является главной причиной отставания отечественных производителей.

Одним из оптимальных вариантов решения этой непростой задачи является разработка и внедрение системы менеджмента качества, отвечающей международным требованиям. Однако, принятая в отечественной практике система качества, основанная на требованиях стандартов ISO серии 9000, для большинства крупных зарубежных производителей автомобилей уже не является в достаточной мере удовлетворительной. Все больше приоритет отдается организациям, ведущим практику внедрения отраслевых стандартов, в частности стандарта автомобильной промышленности IATF 16949:2016. Данный стандарт соответствует структуре и требованиям ISO 9001:2015 и включает специальные требования для автомобильной промышленности. Ключевой особенностью стандарта является

обязательное соответствие всех продуктов и процессов, включая продукты внешних процессов и поставщиков, всем применимым нормативно-правовым требованиям и бескомпромиссное обеспечение безопасности продукции, что прежде всего связано с общемировым ужесточением законодательства.

Выводы. Таким образом, ужесточение требований к поставщикам автокомпонентов и запчастей со стороны лидеров в производстве автомобилей, обуславливает острую потребность организаций автомобильного сектора соответствовать международным промышленным стандартам. Тем не менее, принятие и проведение такой сертификации производителями комплектующих и запчастей для автомобильной промышленности способствует колоссальному росту доверия покупателей, повышает конкурентоспособность организации и безусловно имеет значительный коммерческий выход.