

УДК 658.5

**РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ  
ПРОИЗВОДСТВА НОВОЙ ПРОДУКЦИИ**

**КОСТИНА Е.Н.** (ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИТМО»),  
**НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ – ДОКТОР ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК, ПРОФЕССОР  
ВАСИЛЕНКО В.Л.**

(ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИТМО»)

Аннотация: В докладе рассматриваются некоторые вопросы, возникающие при организации производства новой продукции. Рассматривается состояние системы менеджмента качества на предприятии малого бизнеса и необходимые изменения данной системы с целью запуска производства новой продукции.

**Введение.** Обстановка в мире на сегодняшний день меняется с фантастической скоростью. Это касается и трендов моды в той или иной области, и политики, и экономики, и потребительских ожиданий, и многого другого. Возникает закономерный вопрос: как в столь динамичной ситуации удержать на плаву небольшую производственную компанию? Конечно же, большинство предпринимателей находит решение в постоянном мониторинге ситуации на рынке и развитии своей сегодняшней или внедрения новой продукции. К такому решению пришло и руководство организации, о которой пойдет речь в данной работе.

Так как существование системы менеджмента качества в организации является определенным гарантом успеха компании как в решении внутренних вопросов, так и во взаимодействии с внешней средой, то такой серьезный шаг, как запуск новой продукции не может обойти данную систему стороной.

В связи с этим целью данного исследования является определение пути развития системы менеджмента качества, связанного с организацией производства новой продукции.

**Основная часть.** С приходом цифровизации в сферу услуг многое менялось, наконец, очередь дошла и до карт – электронные кошельки и другие приложения для хранения данных о дисконтных картах постепенно вытеснили настоящие пухлые визитницы из наших сумок и карманов. С одной стороны, это прекрасно – ежегодно людьми выбрасывается огромное количество неиспользуемого пластика, в том числе и пластиковых карт разного рода, а переход в цифровой формат значительно снизит масштабы пластикового загрязнения. Но что в таком случае делать компаниям, чей бизнес строится на производстве пластиковых карт и сопутствующих изделий? Разумеется, создавать новые предложения для потребителя. И тем лучше будет это предложение, чем меньше затрат потребуется для его реализации.

Исследование проводилось на базе небольшой производственной организации, занимающейся изготовлением пластиковых карт и сопутствующей полиграфической продукции. Как правило, помимо карт менеджеры компании предлагали заказчикам картхолдеры (специальные конвертики для карт), листовки и буклеты, а также визитки из бумаги или пластика.

Так как производственная линия организации заточена под работу с пластиком и бумагой, было решено рассмотреть варианты новой продукции, которую возможно было бы произвести на уже существующем оборудовании или с наименьшими затратами на закупку оборудования. В итоге компания остановилась на брелоках с чипами – на сегодняшний день такие используются как альтернативная форма проездного билета в Москве или ключа от домофона.

Если с оборудованием в данном случае проблем не возникает – необходимо лишь перенастроить станок для вырубki изделий из пластика, то с организационной точки зрения вопросов возникает много. Важно отметить, что в исследуемой компании есть своя система менеджмента качества, она тщательно проверяется в данный момент с целью подготовки к прохождению процедуры сертификации.

Итак, что важно учитывать при планировании запуска новой продукции:

Во-первых, необходимо разработать полный жизненный цикл новой продукции – на

данном этапе станет ясно, в каких местах «ветка» системы менеджмента качества, охватывающая данный продукт, «прирастет» к уже существующей в организации системе управления качеством.

Во-вторых, серьезное внимание необходимо уделить должностным компетенциям. Речь идет не только о разработке инструкций для сотрудников, которые будут наняты или переведены с других участков производства для работы с новым продуктом, но и об изменениях в полномочиях сотрудников, связанных с производством новой продукции косвенно. Очевидно, что у мастера производства появится дополнительная зона ответственности. Но ведь организация – это большой единый механизм и даже небольшое изменение одной из его частей повлечет изменения в других. Так, например, у менеджеров коммерческого отдела появятся дополнительные инструкции в отношении планирования и продаж новой продукции, у отдела закупок – требования в отношении материалов, у бухгалтерии – в отношении учета и так далее. Все эти изменения и «надстройки» необходимо не только зафиксировать на бумаге, но и провести соответствующие инструктажи или обеспечить обучение сотрудников.

И наконец, необходимо организовать контроль качества выпускаемой продукции. Отчасти, этот вопрос перекрывается предыдущим шагом, связанным с компетентностью сотрудников компании. Однако важно понимать, что контроль качества продукции – это не только проверка соответствия готового продукта, но и работа с качеством на всех этапах производственного цикла – от проверки качества поступающих в организацию материалов до сопровождения после поставки.

**Выводы.** Грамотно отлаженная система менеджмента качества в организации должна работать четко и точно, как швейцарские часы, поэтому так важно серьезно и вдумчиво подходить ко всяким изменениям, её затрагивающим. На стадии планирования запуска новой продукции руководство организации вместе с техническим консультантом должны детально проработать новую ветвь системы менеджмента качества, которая будет отвечать за новую деятельность.

Костина Е.Н.

Подпись

Василенок В.Л.

Подпись