

**РАЗРАБОТКА КОРРЕКТИРУЮЩИХ И ПРЕДУПРЕЖДАЮЩИХ  
ДЕЙСТВИЙ ДЛЯ УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ УДОВЛЕ-  
ТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ  
НА ОАО «СИБИРСКИЙ ИНСТРУМЕНТАЛЬНО-РЕМОНТНЫЙ ЗАВОД»**

**Андрянов Д.В.**

**Научный руководитель – канд. техн. наук, доцент Гоголь Л.В.**

*Сибирский федеральный университет*

Переход к рыночной экономике значительно усложнил существование ОАО «Сибинстрем», в принципе, как и большинства заводов-гигантов, построенных в СССР, ведь раньше (в СССР) основной частью деятельности заводов было выполнение государственных заказов. С упразднением, вышеуказанных, стали развиваться и преобладать над крупными заводами мелкие и средние организации. Серьёзной угрозой существования стал импорт, ввоз продукции из-за границы.

Если раньше целью было произвести продукцию, соответствующую требованиям стандартов и требованиям основного заказчика-государства, то теперь цели изменились, задач стало гораздо больше. Теперь недостаточно соответствия ГОСТам и иным нормативным документам. В первую очередь продукция должна быть *конкурентоспособной*, необходимо произвести продукцию требуемого качества по приемлемой для потребителя цене, а так же привлечь потребителя, суметь продвинуть свою продукцию на рынок, продать с максимальным экономическим результатом.

Достижение всех этих весьма непростых целей практически невозможно без грамотного менеджмента, поэтому на ОАО «Сибинстрем» была внедрена система менеджмента качества и сертифицирована на соответствие требованиям международного стандарта ИСО9001-2008 германским сертификационным органом ТЮФ ЗЮД, сертификаты соответствия которого принимаются и ценятся во всем мире.

Данный сертификат подтверждает как качество продукции организации, так и качество деятельности в целом, так же позволяет выйти на экспорт, но наличие данного сертификата не является подтверждением предела совершенства и качества продукции, а чтобы успешно функционировать на российском рынке и, тем более, выйти на рынки зарубежных стран, необходимо постоянно стремиться к совершенству – к достижению высокого качества по минимально возможной цене. Ведь как сказал Филипп Кросби, «Качество ни стоит ничего», но не стоит воспринимать эту фразу в прямом смысле, так как это название книги. На самом деле идею связи качества и производительности следует представить немного иными словами: «Качество не стоит ничего, но только для тех, кто готов дорого за него заплатить»

Добиться же качества позволяет грамотно внедренная и эффективно функционирующая СМК, а это подразумевают постоянное усовершенствование данной системы и полную слаженность непосредственно с деятельностью организации.

На мой взгляд, слабым звеном СМК является система оценки удовлетворенности потребителей. После анализа Руководства по качеству, всех документированных процедур, ряда отчетов, записей, было принято решение усовершенствовать методику оценки удовлетворенности потребителей и разработать корректирующие и предупреждающие действия для новой методики.

Разработка новой усовершенствованной методики оценки удовлетворенности потребителей состоит из следующих этапов:

- необходимость измерения удовлетворенности потребителя;
- определение запросов потребителя;
- репрезентативная выборка;
- решения, принимаемые в отношении исследования;
- оформление анкеты;
- анализ данных;
- общение с потребителем;
- внутренние коммуникации;

Удовлетворенность потребителей относительна. Наличие удовлетворенных потребителей может оказаться недостаточным, если потребители ваших конкурентов очень удовлетворены. Поэтому следует анализировать рынок, определять свое место по отношению к конкурентам, стремиться быть лидером, а иначе даже самая успешная организация на сегодня, завтра может быть разорена. Стоит стремиться к постоянному улучшению, что является двигателем прогресса, и, следовательно, позволит не только не утратить достигнутого, но и постоянно добиваться вновь поставленных целей и задач.