

РОЗГОРТАННЯ ФУНКЦІЇ ЯКОСТІ

Криворотько М. Р., Кучіна С. Е.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут» м. Харків

У роботі розглянуто необхідність застосування розгортання функції якості з метою відстеження вимог споживача на всіх етапах життєвого циклу продукції (починаючи з її планування) для гарантованого отримання кінцевого результату, відповідного очікуванням споживача.

Розгортання функції якості – це систематизований шлях структуризування потреб споживачів через розгортання функцій та операцій діяльності компаній по забезпеченню такої якості на кожному етапі життєвого циклу новоствореного продукту, яке б гарантувало отримання кінцевого результату, яке б відповідало очікуванням споживача[1-4].

При розгортанні функції якості можна виділити п'ять ключових елементів[1]:

- 1) Уточнення вимог споживачів. Виробник повинен зрозуміти що потребує споживач від продукту і як він буде його використовувати;
- 2) Перевод вимог споживача у загальні характеристики продукту;
- 3) Виявити зв'язок між відповідними компонентами «що» і «як». Сила зв'язку залежить від того наскільки суттєвий вклад вносить та чи інша характеристика продукту у задоволення конкретної потреби споживача;
- 4) Вибір цілі. Вибір таких значень параметрів якості створеного продукту, які не тільки будуть відповідати очікуванням споживача, але й забезпечать конкурентоспроможність продукту в певному сегменті ринку;
- 5) Встановлення рейтинг вагомості компонентів «що» та основі цих даних – визначення рейтингу вагомості відповідних компонентів «як». Для цього ефективно використовувати деревовидну діаграму.

Повністю розгорнута функція якості містить наступні чотири етапи[1-3]:

- 1) Планування продукту;
- 2) Проектування продукту;
- 3) Проектування процесу;
- 4) Проектування виробництва.

Отже, розгортання функції якості не тільки дозволяє формалізувати процедуру встановлення відповідності та значущості зв'язків між вхідною інформацією і вихідною характеристикою створюваного продукту, але і приймати обґрунтовані рішення щодо управління якістю процесів створення продукту, очікуваного споживачем.

Література:

1. Коноплев С.П. Управление качеством : Учеб. пособие. – М. ИНФРА-М, 2014. – 252с.
2. Зайцева Л.О. Якість продукції – необхідна передумова конкурентоспроможності підприємства // Актуальні проблеми економіки . – 2014. – № 9 (159). – С. 196–200.
3. Фомичев С.К. Основы управления качеством [Учебн. пособие] / С.К.Фомичев., Старостина А.А., Скрыбина Н.И. – К. : МАУП, 2000. – С. 196.
4. Кучіна С.Е. Необхідність та напрямки дослідження поведінки споживачів / С.Е.Кучіна, Р.Г. Майстро // Вісник НТУ «ХПІ». – Харків: НТУ «ХПІ», 2011. –№7.– С.111–115.