

Министерство образования и молодежной политики Свердловской области
Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
Свердловской области
«Уральский колледж технологий и предпринимательства»
(ГАПОУ СО «УКТП»)

Преподаватель (ВКК) Мурашко Галина Романовна

Обратная связь осуществляется : эл.почта Galamura001@gmail.com.

Группа ДЗ-404

Профессиональный модуль

ПМ. 03 «Контроль за изготовлением изделий в производстве в части соответствия их авторскому образцу»

МДК 03.02 «ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ»

Занятие № 20 (2 часа)

ТЕМА 5. Стадии жизненного цикла продукции.

Вид учебного занятия: Изучение нового материала

Задание. Конспект лекции кратко перенести в тетрадь, привести пример жизненного цикла пищевой продукции.

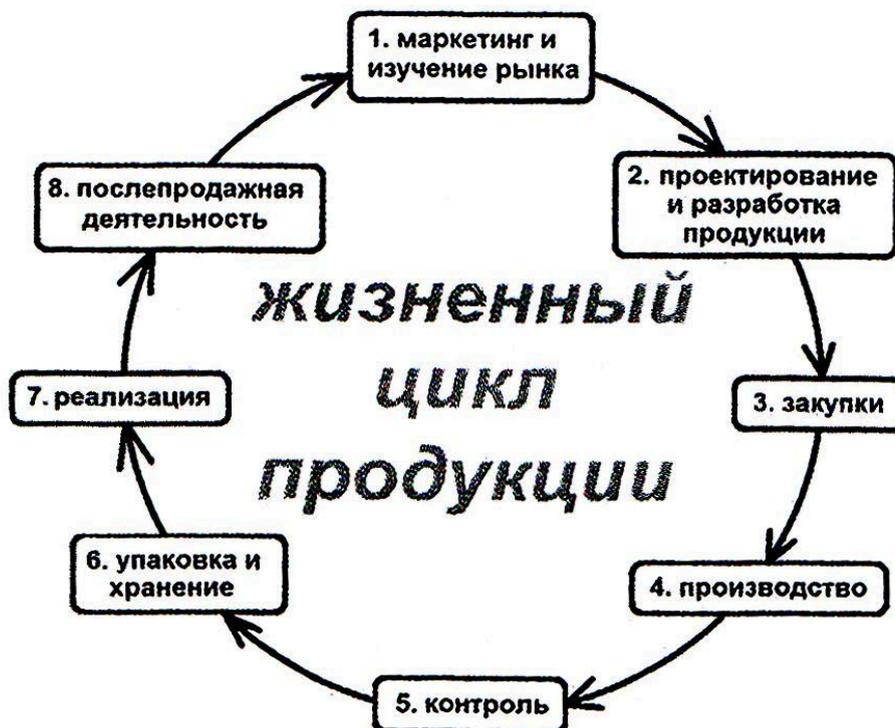
Стадии жизненного цикла продукции:

Исследование и проектирование.

Изготовление.

Обращение и реализация.

Эксплуатация и потребление.



ПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ

Под жизненным циклом продукции понимают совокупность процессов, которые выполняются от момента выявления потребностей общества в данной продукции до момента удовлетворения этих потребностей и утилизации продукта. Согласно ГОСТ Р ИСО 9004-1- 94 «Управление качеством и элементы системы качества. Часть I. Руководящие указания», система качества, как правило, взаимосвязана со всеми видами деятельности, определяющими качество выпускаемой продукции. Ее действие распространяется на все этапы жизненного цикла продукции и процессы от первоначальной выявления потребностей рынка до конечного удовлетворения продукцией установленных требований. В ГОСТ Р ИСО 9004-1-94 перечислены следующие типичные этапы жизненного цикла продукции и услуг:

- маркетинг и изучение рынка;
- проектирование и разработка продукции;
- планирование и разработка процессов;
- закупки;
- производство или предоставление услуг;
- проверки;
- упаковка и хранение;
- реализация и распределение;
- монтаж и ввод в эксплуатацию;
- техническая помощь и обслуживание;
- послепродажная деятельность;
- утилизация или переработка продукции в конце срока службы.

Перечисленные типичные этапы жизненного цикла продукции характерны для продукции (или услуги) в общем смысле слова «продукция», т.е. как результат деятельности предприятия. Для продуктов питания не актуальны многие перечисленные этапы: монтаж и ввод в эксплуатацию, техническая помощь и обслуживание, утилизация или переработка продукции в конце полезного срока службы. Этапы жизненного цикла пищевой продукции представлены на рисунке 2.

Следует отметить, что для пищевой промышленности часто рассматривают утилизацию продукции как элемент послепродажной деятельности. Кроме того, согласно действующему российскому законодательству, производитель не обязан самостоятельно проводить работы по утилизации или переработке пищевой продукции, которая по каким-то причинам не была использована. Он должен разработать и предоставить технологию или правила утилизации продукции и обеспечить надзор за их соблюдением.

Современная концепция менеджмента качества, в которой всё большую роль играют экологические аспекты деятельности предприятия, предполагает, что производитель должен так спроектировать продукцию, чтобы её можно было безопасно и достаточно просто утилизировать. В случае с продуктами питания при использовании их по назначению остаётся только упаковка, которая является бытовыми отходами и выбрасывается непосредственно самим потребителем.

Управление качеством базируется на принципе, согласно которому качество выпускаемой продукции формируется и поддерживается на всех этапах жизненного цикла продукции, начиная с маркетинговых исследований и анализа потребностей рынка и заканчивая послепродажной деятельностью.

При этом, в случае недостаточной работы по обеспечению качества хотя бы на одном этапе жизненного цикла продукции, пострадает качество выпускаемой продукции, что приведёт к финансовым, временным и имиджевым потерям предприятия. Если продукция плохого качества дойдёт до покупателя, то это может вызвать недоверие к продукции со стороны потребителей, поспособствовать выбору продукции конкурентов, снизить спрос на товар.

В управлении качеством есть «правило десятикратных затрат», согласно которому: *затраты на производство некачественной продукции, на обнаружение брака десятикратно возрастают при переходе от стадии маркетинга к проектированию, от проектирования к производству и от стадии производства к стадии реализации некачественной продукции.*

Другими словами, исправление какой-то ошибки, недочёта или недостатка на этапе проектирования будет стоить, например, 100 тыс. рублей (например, провести дополнительные исследования, разработать технологию и документацию). На этапе производства исправление данной ошибки будет стоить уже 1 млн рублей (например, перевыпуск продукции, проведение переналадки производственной линии, использование дополнительного сырья или попытки коррекции продукции). А после продажи продукции это уже обойдётся в 10 млн рублей (отзыв партии продукции у потребителей или из магазина и др.).

Рассмотрим более подробно важность управления качеством на этапах жизненного цикла пищевой продукции.

Маркетинг и изучение рынка. ISO 9001:2015 (п. 4.1) рассматривает как обязательное условие деятельности предприятия анализ окружающей его среды: «организация должна определить внешние и внутренние факторы, относящиеся к ее намерениям и стратегическому направлению и влияющие на её способность достигать намеченного(ых) результата(тов), её системы менеджмента качества. Организация должна осуществлять мониторинг и анализ информации об этих внешних и внутренних факторах».

Согласно современной концепции управления качеством, формирование качества выпускаемой продукции начинается с самого первого этапа жизненного цикла продукции с маркетинговых исследований и изучения рынка. Данный этап является самым важным при производстве любой продукции. Это обусловлено тем, что если неверно определены потребности рынка в качестве и количестве производимой продукции, то в конце производственной цепочки можно получить продукцию, которая не будет пользоваться спросом.

Согласно требованиям ГОСТ Р ИСО 9004-1-94, отдел маркетинга имеет большое значение в установлении определённых и документированных требований к качеству продукции. Отдел маркетинга должен:

- определять потребность в продукции;
- определять рыночный спрос и сектор рынка, поскольку это важно для определения сортности, количества, цены и сроков выпуска продукции;
- определять требования потребителя путём анализа нужд рынка (эти действия включают оценку любых неформулированных требований или склонностей потребителей);
- распространять информацию обо всех требованиях потребителя в рамках организации.

Из конкретных требований потребителей и общих требований рынка составляют предварительный перечень требований как основу для последующих работ по проектированию пищевого продукта. Сюда могут войти следующие основные требования:

- конкретные показатели качества продукции;
- органолептические характеристики (вкус, запах, цвет и т.п.);
- способ кулинарной обработки пищевой продукции;
- применяемые стандарты и установленные правила;
- упаковка и маркировка продукции;
- требования к хранению продукции;
- проверка и (или) обеспечение качества.

№ п/п	ДЗ 404				
1	Аношина Анастасия Андреевна				
2	Белич Дарья Андреевна				
3	Глинских Мария Андреевна				
4	Гошуренко Семён Васильевич				
5	Грехова Софья Павловна				
6	Демидов Никита Евгеньевич				
7	Загорских Владлена Алексеевна				
8	Иванкович Александра Владимировна				
9	Иванова Евгения Алексеевна				
10	Козлова Кристина Алексеевна				
11	Кохан Кристина Денисовна				
12	Любимова Ксения Леонидовна				
13	Микушина Дарья Павловна				
14	Мурзина Арина Наримановна				
15	Нерсиян Мария Мясниковна				
16	Ощепкова Яна Северьяновна				
17	Прохорова Алина Максимовна				
18	Рожина Карина Евгеньевна				
19	Сарапулова Валерия Александровна				
20	Терехина Валерия Алексеевна				
21	Трофимова Ирина Михайловна				
22	Тушнолобова Елизавета Вячеславовна				
23	Филя Ксения Денисовна				
24	Шифельбейн Диана Романовна				

№ п/п	Ф.И.О.				
1	Авдюкова Виктория Алексеевна				
2	Адягаева Екатерина Андреевна				
3	Емельянова Полина Дмитриевна				
4	Кузьмина Наталья Владимировна				
5	Мезенин Матвей Николаевич				
6	Моисеенко Екатерина Константиновна				
8	Сайфиева Милена Руслановна				
10	Хлыбова Екатерина Сергеевна				
11	Федосееенкова Екатерина Алексеевна				
12	Чащина Екатерина Дмитриев на				
13	Безбородов Владислав Николаевич				