

UDC 334

PROBLEMS OF RUSSIAN ENTERPRISES SWITCH TO MODERN QUALITY MANAGEMENT

¹ Manana I. Pachkoriya

² Irina N. Markaryan

¹⁻² Sochi branch Russian State Social University
Plastunskaya street 151/1, Sochi city, Krasnodar Krai, 354000, Russia
student

² PhD (Economy), associate professor

E-mail: tara_999@mail.ru

The article determines the problems of enterprises switch to quality management system in the modern context, characterizes Total Quality Management.

Keywords: competitiveness, quality management, implementation.

Стремление стимулировать производство товаров, конкурентоспособных на мировых рынках, инициировало создание нового общеорганизационного метода непрерывного повышения качества всех организационных процессов, производства и сервиса. Этот метод получил название – всеобщего управление качеством. Total Quality Management (TQM) (всеобщее управление качеством) – общеорганизационный метод непрерывного повышения качества всех организационных процессов. *Главная идея TQM* состоит в том, что компания должна работать не только над качеством продукции, но и над качеством работы в целом, включая работу персонала. Постоянное параллельное усовершенствование этих трех составляющих: качества продукции, качества организации процессов, и уровня квалификации персонала – позволяет достичь более быстрого и эффективного развития бизнеса. Качество определяется такими категориями, как степень реализации требований клиентов, рост финансовых показателей компании и повышение удовлетворенности служащих компании своей работой. *Всеобщее управление качеством* – это не программа; это систематический, интегрированный и организованный стиль работы, направленный на непрерывное ее улучшение. Это не управленческая прихоть; это проверенный временем стиль управления, успешно десятилетиями используемый компаниями по всему миру.

Опыт внедрения TQM в российском бизнесе, проблемы и ошибки указывают на массу подводных камней, которые сегодня мешают адекватному восприятию новой бизнес-философии.

Расстановка акцентов в понимании качества. При производстве потребительских товаров в условиях планово-распределительной системы качество означало соответствие стандарту. Такое понимание крепко осело и до сих пор превалирует в головах российских управленцев и заставляет их думать, что параметры качества устанавливаются либо регулирующими органами, либо производителем. Сегодня это серьезная ошибка. Воспитание культуры качества, основанной только на стандартах, особенно в политико-экономических системах несет за собой определенные риски. Такая психология в рыночной системе может привести к тому, что компания будет производить качественные с ее точки зрения продукты, которые не будут находить спроса. Кроме того, российским системам качества присущи следующие недостатки, которые не позволяют руководителям организаций нашей страны до конца осознать все преимущества применения и реализации философии TQM: отсутствие ориентации на потребителя; экономическая незаинтересованность предприятий; отсутствие системного подхода к управлению организацией, предполагающего рассмотрение ее с позиции трех систем координат менеджмента (процесс управления организацией должен быть таким, чтобы использование *ресурсов* каждого вида в каждом *компоненте менеджмента* направлялось на *решение* сформулированных *задач* и *достижение* поставленных *целей*).

Специалисты в области качества. Подход к качеству как к соответствию установленному стандарту исчерпал себя, однако по сей день сфера интересов и компетенции российских специалистов по качеству зачастую ограничивается снижением количества дефектов, повышением надежности изделий, то есть технической составляющей производства. Такая ситуация прослеживается как на уровне фирмы, так и на уровне государства, где политику в области качества определяет Государственный комитет Российской Федерации по стандартизации и метрологии. Такая прямая и косвенная ассоциация между менеджментом качества и стандартизацией обуславливает довольно широкую известность в России стандартов ИСО 9000. Однако и здесь не все гладко по той же причине, т.к. стандартизация системы управления на предприятии воспринимается ее создателями не как подход к совершенствованию, а как соответствие формальным требованиям.

Использование современных методов совершенствования. Как уже было сказано выше, многие подходы к улучшению системы управления организации и повышению ее конкурентоспособности основаны на принципах TQM. Часть современных подходов уже используется и в российском бизнесе. Это ИСО 9000, премии в области качества, бенчмаркинг, самооценка. Насколько эффективны эти методы и

инструменты на российской земле? Ответ не может быть однозначным. Подходы совершенствования возникают эволюционно и имеют методологическую и практическую базу. Менеджеры западных компаний воспринимают ориентацию на потребителя, непрерывное совершенствование, процессный подход, вовлечение и заинтересованность работников, социальную ответственность бизнеса, как неотъемлемые принципы ведения бизнеса. В российский же бизнес эти принципы вводятся искусственно, поэтому проблема адаптации западных подходов выходит на первый план.

Самооценка организации – это эффективный инструмент, прочно занимающий свое место среди современных подходов к управлению. Однако в России самооценка не реализовала и малой части своего потенциала. Кроме финансовых показателей, российские руководители мало, что оценивают в организации. Причин тому несколько. Во-первых, отсутствие критериев для оценки или незнание методик самооценки. Во-вторых, происходит серьезное искажение данных при вовлечении в процесс самооценки менеджеров среднего звена и работников. Желание приукрасить существующее положение дел, чтобы угодить руководителю, боязнь указать на ошибки и просчеты, а также русская народная мудрость «инициатива наказуема» – все это мешает объективной оценке организации. Анализируя любой из инструментов совершенствования, мы приходим к одному выводу, что отсутствие базовой культуры TQM мешает эффективному внедрению и применению этих инструментов в российском бизнесе. Ожидать вовлечения компании в процесс совершенствования, когда культура и философия качества на этом предприятии отсутствует или создана только на бумаге – это означает «ставить телегу впереди лошади». Нельзя совершенствовать то, чего еще нет. Сначала формирование культуры качества – и только затем ее совершенствование. Первый шаг здесь – повернуться лицом к потребителю, не декларативно, а реально. И это следующий подводный камень.

Удовлетворение потребителей. Мнение потребителя стало важным для российских компаний, когда пришлось за него бороться. Российские компании уже довольно хорошо овладели навыками исследования рынка и привлечения новых клиентов. Однако удовлетворение потребителей не означает лишь умение навязать свой товар, удовлетворение потребителей – это искусство дать потребителю то, что он ожидает и даже больше. Для российских менеджеров важно прочувствовать логическую цепочку с точки зрения потребителя: покупка – удовлетворение – повторная покупка. Для зарубежных компаний ставится задача не столько найти новых клиентов, сколько удержать уже имеющихся, т.е. увеличить долю постоянных клиентов. Российскому бизнесу следует осознать, что удовлетворение потребителей – это лояльность к компании, чем больше лояльных клиентов, тем уверенней компания чувствует себя на рынке. Еще один фактор, связанный с удовлетворением потребителей – это одностороннее восприятие клиентов – только как конечных покупателей продукта или услуги. Концепция внутреннего потребителя, когда следующий процесс является потребителем предыдущего, не используется в большинстве российских организаций, так как компании редко рассматривают свою деятельность как совокупность бизнес-процессов. Но именно процессный подход является одним из основных принципов TQM, и качество каждого отдельного процесса организации составляет качество в целом. Качественный бизнес-процесс обеспечивает удовлетворение своих внутренних потребителей, что позволяет произвести в итоге качественный продукт или услугу.

Примечания:

1. Лобанов А.С. Управление качеством. Учебное пособие для студентов ВУЗов. М., 2009. 291 с.
1. ИСО 9000: 2000 Системы менеджмента качества – Основные требования и словарь; Koshcheev S.V. Organization-economic mechanism of forming innovative systems (health-resort sector case-study) // European researcher. 2011. № 3. Р. 274-275.
2. Интернет-ресурсы.

УДК 334

ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ К СОВРЕМЕННОМУ МЕНЕДЖМЕНТУ КАЧЕСТВА

¹Манана Индиковна Пачкория

²Ирина Николаевна Маркарян

¹⁻² Российский государственный социальный университет филиал в г. Сочи
354000, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Пластунская, 151/1
студент

² Кандидат экономических наук, доцент
E-mail: tara_999@mail.ru

В статье определяются проблемы перехода предприятий на систему управления качеством в современных условиях. Дается характеристика Total Quality Management.

Ключевые слова: конкурентоспособность, управление качеством, внедрение.