

## УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ И ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ TQM В РОССИИ

**А. В Тулаев**, студент V курса экономического факультета ГОУВПО «Мордовский государственный университет имени Н.П Огарёва»

*В статье рассматриваются современные проблемы внедрения всеобщего управления качеством в России*

Ключевые слова: система менеджмента качества, оценка качества, контроль качества, менеджмент качества, всеобщее управление качеством

Практически два десятилетия отделяют нас от перехода от планово-административной экономики к рыночной. Для формирования экономики государства, это очень короткий период, и тем не менее сейчас можно подводить определенные итоги, о том, что сделано, что не удалось сделать, и определить стратегию развития.

Переход на рыночную экономику был необходим, так как планово-административная экономика изжила себя, т.е в планово-административной экономике не было определенных способов мотивации, которые бы давали новый толчок советской экономике.

Так как разница между планово-административной и рыночной экономикой была велика, то переход от одной экономике к другой не мог быть безболезненным. Россия не сумела достичь необходимого экономического роста. Причиной сложившегося экономического положения в России заключается в неспособности отечественных товаров конкурировать на мировом рынке с аналогичной продукцией высокоразвитых стран. Перед российским предпринимательством и менеджментом встала задача в короткие сроки научиться создавать и успешно управлять предприятиями, процветание которых в большей степени определяется потребителем. Обращение к западному опыту было закономерным. Вместе с новыми экономическими ценностями в Россию пришли и новые технологии управления, в том числе менеджмент качества – способы обеспечения стабильного выпуска продукции, отвечающие требованиям потребителя.

Обязательным условием выхода России на международный рынок является не просто радикальное решение проблем качества производимой в стране продукции, а их решение путем освоения и умелого использования рыночных подходов, методов и средств.

Создание единого европейского сообщества, стремление России быть его полноправным членом сопровождается обострением конкурентной борьбы за сохранение и расширение доли рынка и прибыли. В связи с этим, повышение качества выпускаемой продукции было и остается одной из важнейших задач экономического развития, одним из главных направлений интенсивного

развития экономики, источником экономического роста и эффективности производства.

Существует ряд причин, обуславливающих особую актуальность улучшения качества продукции на современном этапе развития экономики.

Политическая причина обусловлена тем, что в настоящее время растут и укрепляются торгово-экономические связи России с различными странами, что требует изготовления российских изделий в соответствии с мировым уровнем качества.

Экономическая причина связана с тем, что качество продукции рассматривается как экономическая категория, как мера общественного признания затрат ресурсов, вложенных в продукцию. Обществом признаются только те затраты, которые создают доброкачественную продукцию.

В условиях современной научно-технической революции взаимосвязь между научно-техническим прогрессом и качеством продукции все более усиливается и усложняется. Научно-технический прогресс формирует новые общественные потребности, в результате чего интенсивно расширяется и изменяется ассортимент продукции. Это определяет техническую причину, обуславливающую актуальность улучшения качества.

Социальная причина заключается в максимальном удовлетворении постоянно растущих потребностей населения за счет не столько количества, сколько качества и разнообразия товаров.

В нашей стране в связи с переходом на рыночную экономику утверждается несколько иной, чем прежде, взгляд на качество продукции, которое обеспечивало бы успех предприятий на рынке, то есть начинает преобладать не социальная, а экономическая необходимость повышения качества. Эффективность работы предприятия в значительной мере определяется качеством и стоимостью товара. Следовательно, чтобы добиться успеха в своей деятельности, предприятие должно обеспечить конкурентоспособное качество и конкурентоспособные цены своих товаров. При достижении соответствующего уровня качества продукция становится конкурентоспособной, не только на внутреннем рынке, но и международном.

Способность предприятия достигать целей, обеспечивающих его конкурентоспособность, определяется действующей на нем системой организации производства и управления качеством.

Системы управления качеством продукции могут функционировать только при определенных условиях, которые должны быть зафиксированы, и постоянно поддерживаться. К сожалению, опыт внедрения систем управления качеством в развитых странах в России сталкивается с определенными проблемами, которые мы сейчас и рассмотрим.

Внедрение всеобщего управления качеством (TQM) в России зачастую сопровождается целым рядом проблем. Опыт внедрения TQM в российском бизнесе, указывает на множество проблем, которые сегодня мешают адекватному восприятию бизнес-философии.

1. Большой временной разрыв. На западе философия качества последовательно прошла этапы отбраковки, контроля качества, гарантии качества и приняла форму всеобщего управления качеством. При этом основной движущей силой этого развития был и остается потребитель. Именно борьба за потребителя заставляла менеджеров искать новые подходы в бизнесе, чтобы максимально удовлетворить потребности своих клиентов с наивысшим качеством. В административно-командной системе Советского Союза спрос и предложение были предметом государственного планирования, конкуренция между производителями отсутствовала. Потребитель не имел возможности выбрать товар из ассортимента различных производителей, т.к. у него фактически не было выбора, и покупать приходилось то, что продают. Искусственное моделирование рынка не только не способствовало, но, наоборот, противоречило философии качества.

2. Стандарт. Следует отметить, что систематическая работа в области улучшения качества продукции велась в СССР с середины 1950-х годов. В этот период отечественная школа качества еще шагала в ногу со временем. Однако перечисленные системы создавались и использовались преимущественно на предприятиях ВПК. При производстве потребительских товаров в условиях плано-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.

3. Кто такой специалист в области качества. В советский период была воспитана целая армия специалистов по качеству. Эти специалисты имеют техническое образование, и это проблема не вполне очевидна и коррелирует с первыми двумя. Подход к качеству как к соответствию установленному стандарту исчерпал себя, современный менеджмент качества давно вышел за рамки математики и статистики, а требования к специалисту в области качества – это знание экономики и менеджмента. Однако по сей день сфера интересов и компетенции российских специалистов по качеству зачастую ограничивается снижением количества дефектов, повышением надежности изделий, то есть технической составляющей

4. Что немцу хорошо, то русскому..... Как уже было сказано выше, многие подходы к улучшению системы управления организации и повышению ее конкурентоспособности основаны на принципах TQM. Насколько эффективны эти методы и инструменты в российской экономике. 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. Руководители, с одной стороны, понимают, что менять философию необходимо, с другой стороны, существует масса барьеров: незнание, как и что менять, сопротивление работников, непонимание коллег и партнеров.

5. Найти легче, чем удержать. 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.

В заключение необходимо отметить следующее. Внедрение TQM в России, как и любые перемены, связанные с переходом к рыночной системе хозяйствования, сопровождаются рядом барьеров, одни из которых – наследство советского прошлого, другие – объективная реальность настоящего. Успех и реализация потенциала российского бизнеса в первую очередь зависит от адекватного восприятия происходящего всеми участниками процесса. Каждый из них, не питая иллюзий, обязан профессионально выполнять свою роль:

потребители – защищать и отстаивать свои интересы;

компании – удовлетворять требования и пожелания потребителей;

наука – формировать научную и методологическую базу для адаптации философии качества;

образование – готовить грамотных специалистов для осуществления преобразований;

государство – устанавливать вектор развития и способствовать формированию культуры качества в политике, в экономике, в социальной сфере.

Рынок, в свою очередь, являясь макроэкономическим регулятором и индикатором экономики, обеспечит эволюционное развитие процесса внедрения TQM в России, динамика же этого процесса зависит от эффективности деятельности каждого из его участников

#### Библиографические ссылки

1. Герасимов Б. И. Управление качеством / Б. И. Герасимов, Н. В. Злобина, С. П. Спиридонов. – М.: КНОРУС, 2006. – 272 с.
2. Деминг У. Э. Выход из кризиса / У.Э. Деминг. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 498 с.
3. Алексеев В. Н. Анализ уровня безопасности // Методы менеджмента качества. – 2004. – №2. – С. 47-49.