

Гудзь А. В.

*студентка 4-го курса направления
подготовки 38.03.02 «Менеджмент»*

Мова Е. В.

*к.э.н, доцент кафедры менеджмента
факультета экономики и бизнеса (г. Алчевск)
ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный университет
им. Владимира Даля»*

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Исследована сущность понятий «качество», «система менеджмента качества», «развитие систем менеджмента качества». Выделены основные проблемы развития систем менеджмента качества на отечественных предприятиях, предложены направления их устранения.

***Ключевые слова:** качество, система менеджмента качества, управление качеством, развитие систем менеджмента качества, предприятие.*

Постановка проблемы. На сегодняшний день на отечественных предприятиях можно констатировать факт ухудшения их состояния вследствие уменьшения инвестиций в их деятельность, устаревания основных средств, непрерывных военных действий в регионе с 2014 г. и других факторов. Такая ситуация обуславливает необходимость поиска инструментов, которые могут способствовать переводу отечественных предприятий в лучшее состояние. Одним из инструментов по достижению вышеупомянутой цели остается совершенствование и развитие систем менеджмента качества отечественных предприятий. Опыт ведущих компаний мира свидетельствует, что именно этот инструмент является одним из главных путей обеспечения успеха на рынке.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы управления качеством продукции были рассмотрены в трудах многих отечественных и зарубежных ученых: Э. Деминга, А. Фейгенбаума, К. Исикавы, В. Лапидуса, Ю. Адлера, А. Гличева, П. Гудзя, Дж. Харрингтона и других. Однако, несмотря на наличие такой научной наработки, в современных условиях трансформации экономики актуальными являются вопросы анализа проблем, которые возникают при внедрении, функционировании и развитии систем менеджмента качества предприятий. Что обуславливает необходимость проведения данного исследования.

Изложение основного материала. Качество продукции – это группа характеристик, определяющая способность продукта отвечать техническим требованиям стандарта или заказчику. Его часто называют способностью удовлетворять потребности и ожидания клиента. Оно также иногда определяется как спецификация соответствия при минимально возможных

затратах, а также предоставление ценности, которую клиент получает от продукта [1].

Под системой менеджмента качества понимают совокупность организационной структуры, методик, процессов и ресурсов, необходимых для осуществления общего руководства качеством в организации [2].

Анализ научной литературы и деятельности отечественных предприятий позволяет утверждать, что развитие на таких предприятиях систем менеджмента качества — это:

– запланированный долгосрочный процесс, направленный на определение целей, организацию и регулирование деятельности по управлению качеством, мотивацию и контроль;

– процесс, который основан на системном подходе и связывает потенциал организации с ее технологией, структурой и менеджментом;

– процесс, в ходе которого осуществляют организационное проектирование;

– процесс обучения, который предусматривает переподготовку персонала и является одним из средств формирования организационной культуры [3-5].

Итак, понятие «развитие систем менеджмента качества» отечественных предприятий можно трактовать как долгосрочную деятельность по совершенствованию процессов улучшения качества (продукции, труда и др.).

Среди проблем, связанных с внедрением и развитием систем менеджмента качества на отечественных предприятиях, можно выделить следующие основные проблемы по категориям:

- 1) проблемы субъективного характера;
- 2) проблемы экономического характера;
- 3) проблемы организационно-управленческого характера.

К первой категории можно отнести:

– проблемы, связанные с персоналом отечественных предприятий. Очень часто встречается ситуация, когда работники обозначенных предприятий воспринимают улучшение качества как дополнительную нагрузку и не видят в этом необходимости;

– проблемы, связанные с высшим руководством предприятий (не всегда правильные целевые установки руководства).

Среди проблем второй категории (проблемы экономического характера) можно выделить: недостаточный уровень платежеспособности отечественных предприятий; устаревшие основные средства; недостаточность оборотных средств; отсутствие реальных источников финансирования, что приводит к невозможности реконструкции и технического перевооружения отечественных предприятий и обеспечения за счет этого высокого качества продукции; отсутствие финансовых механизмов и инструментов, создающих заинтересованность в инновациях; отсутствие или недостаточная эффективность деятельности систем маркетинга и сбыта продукции; отсутствие налаженных обратных связей с потребителями, поставщиками, персоналом и другими заинтересованными целевыми аудиториями.

К третьей категории проблем развития систем менеджмента качества на отечественных предприятиях (проблемы организационного характера) можно отнести:

– отсутствие достаточного количества квалифицированных специалистов в сфере качества (продукции, процессов, деятельности) для разработки и внедрения систем менеджмента качества;

– недостаточная мотивация персонала и выбор неэффективной для конкретных работ системы оплаты труда;

– отсутствие необходимой теоретической и методологической базы в сфере управления качеством;

– низкий уровень организации информационной инфраструктуры отечественных предприятий.

Выводы. Развитие систем менеджмента качества на отечественных предприятиях представляет собой динамический и непрерывный процесс адаптации организационных изменений к факторам внешней среды.

С целью устранения выявленных проблем и обеспечения успешного развития системы менеджмента качества отечественные предприятия должны избегать ее формальной разработки. Кроме того, руководству предприятий рекомендуется выполнить следующие скоординированные действия:

– реинжиниринг механизма функционирования системы менеджмента качества, направленный на переосмысление способа осуществления деятельности на всех иерархических уровнях, формирование новой организационной (в частности, производственной) культуры и качественно новых подходов к маркетингу (в частности, маркетинга взаимоотношений с потребителями и поставщиками).

– поддержка инноваций и передача знаний. Система менеджмента качества должна стать стимулом к нововведениям, внедрению инновационных технологий в производство, созданию постоянного инновационного процесса, в результате чего на рынке появится новая продукция, ценность которой будет признана потребителями и другими заинтересованными сторонами.

Список использованных источников и литературы

1. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика / П. Дойль. – СПб: Издательство «Питер», 2015.
2. ГОСТ Р ИСО 9000-2001 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. – М.: Госстандарт России: Издательство стандартов, 2001. – 61 с.
3. Лебединец В.А. Система менеджмента качества: процессный подход / В.А. Лебединец – М.: Эксмо, 2006. – 448 с.
4. Медведева Н. А. Стандартизация и сертификация продукции и услуг: учебное пособие / Н. А. Медведева, О. В. Радько, О. Д. Близиюков, М. М. Рогулькой. – М.: НГИ, 2010.
5. Орлов П. А. Внедрение систем управления качеством / П. А. Орлов // Стандартизация, сертификация, качество. 2011.