

**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.: Экско, 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.