Федеральное агентство по образованию Российской Федерации

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования

«Южно – Уральский государственный университет»

Факультет «Экономика и управление»

Кафедра «Экономика и финансы»

РЕФЕРАТ

по управлению качеством на тему:

«Внедрение TQM на российских предприятиях»

 Выполнила: Лактионова И.Н.,

 ЭиУ-401

 Проверил: доц. Чурюкин В.А.

Челябинск 2010

ВВЕДЕНИЕ

 Качество продукции (услуг) является одним из важнейших факторов производственной деятельности любого предприятия. Качество обеспечивает защищенную конкурентную позицию, высокую долю продаж на рынке и устойчивую цену предлагаемого продукта. Сегодня практическая хозяйственная деятельность показала, что качество и экономический успех величины прямо пропорциональные. Низкое качество продукции непременно приводит к плохому состоянию бизнеса.

 80-е годы ХХ века стали беспрецедентными во всем мире в восприятии и в развитии проблем качества. Но наша страна в силу своей социальной политики не в полной мере восприняла значение и влияние проблем качества в экономике, и во многих отраслях наши предприятия упустили время по важнейшим показателям качества выпускаемой продукции.

**Сущность понятия «качество». Концепция «всеобщее управление качеством»**

 Уже на ранней стадии развития товарного производства проблема качества и полезности изделий привлекала внимание производителей. Английский историк и географ Р. Гаклют еще четыреста лет назад в назидание товаропроизводителям своего времени рекомендовал: «Берите с собой те вещи, которые безупречно добротны. Ибо так же, как добротность с самого начала обеспечит доверие к вашим товарам, которое вырастает со временем, так и обманный или поддельный товар навлечет на вас и на все ваши товары презрение и дурную славу». Очевидно, что качество товара обеспечивает успех коммерческой деятельности тех производителей, продукция которых удовлетворяет потребителя, и, по мнению известного японского специалиста по управлению качеством К. Исикава, «ориентация на качество обеспечивает долгосрочное получение прибыли».

**Так что же такое качество?**

 Еще ***Аристотель*** определял его как ***благо, обеспечивающее счастье****.* Не менее выразительно определяют качество современники:
***Качество*** – это основной фактор предпринимательской деятельности, это определяющая цель предприятия.
***Качество*** *–* совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные или предполагаемые потребности (ИСО 8402-94)*.*

 ***Качество продукции (изделия)*** есть степень, до которой она удовлетворяет требования потребителя. Для промышленной продукции качество представляет собой сочетание качества проекта (потребительная стоимость изделия) и качество изготовления (мера соответствия готового изделия проекту).

 В свою очередь всеобщее качество (TQM) возникло как обобщение ряда похожих, но в то же время и имеющих определенные отличия, концепций. Именно поэтому в отношении определения и толкования понятия всеобщего качества нет единого мнения. Известные специалисты в области качества Бове и Тилл дают следующее определение:

 «**Всеобщее управление качеством** – это философия организации, которая основана на стремлении к качеству и практике управления, которая приводит к всеобщему качеству, отсюда **качество** – это не то, что вам приходится отслеживать или добавлять на каком-то этапе производственного процесса, это сама сущность организации». Одно из наиболее распространенных определений приводится в международном стандарте ИСО 8402-94: «**TQM** – подход к руководству организацией, нацеленной на качество, основанный на участии всех ее членов и направленный на достижение долговременного успеха путем удовлетворения потребителя и выгоды для всех членов организации и общества». В стандарте *ИСО 9000-2000 TQM* определяется как *менеджмент качества, полностью охватывающий организацию.*

 Несмотря на отсутствие единого толкования концепции TQM, наличие особенностей ее применения в разных странах, можно выделить фундаментальные сущностные ее характеристики, такие как:

* ориентация всей деятельности на потребителей, от удовлетворения требований и ожиданий которых зависит успех предприятия в рыночной экономике;
* взгляд на производственные отношения между работниками как на отношения потребителей с поставщиком;
* непрерывное совершенствование производства и деятельности в области качества;
* комплексное и системное решение задач обеспечения качества на всех стадиях жизненного цикла продукции;
* смещение главных усилий в сере качества в сторону человеческих ресурсов (упор на отношение работников к делу, культуру производства, на стиль руководства);
* участия всего без исключения персонала в решении проблем качества (качество – дело каждого);
* непрерывное повышение компетентности сотрудников предприятия;
* концепция внимания не на выявление, а на предупреждение несоответствий;
* отношение к обеспечению качества как к непрерывному процессу, когда качество объекта на конечном этапе является следствием достижения качества на всех предыдущих;
* оптимизация соотношения «качество – затраты - время»;
* обеспечение достоверности данных о качестве за счет применения статистических методов; непрерывное улучшение качества (концепции Джурана, «Кайзен», «Кайрио»).

 Эти характеристики определяют идейное содержание *философии TQM, которая выдвигает качество как основной критерий оценки работы всего предприятия, трактует качество в его широком экономическом, социальном и даже психологическом смысле, разрушает тезис о неизбежности противоречий между производителем и потребителем.*

Таким образом, концепция TQM выходит далеко за пределы собственно менеджмента качества.

 **TQM** на уровне фирмы (предприятия, организации) **преследует** **следующие** **цели**:

* ориентация предпринимательства на удовлетворение текущих и потенциальных запросов потребителей;
* возведение качества в ранг цели предпринимательства, основы философии фирмы и корпоративной культуры;
* оптимальное использование всех ресурсов организации.

 ***Между формулировками*** ***стандартов семейства ИСО 9000*** и положениями концепции ***TQM существует ряд различий****.* ***Основное*** из них состоит в том, что *стандарты в первую очередь направлены на снижение вероятности сделать что-либо неверно, в то время как TQM является вершиной современных методов управления качеством и ориентирована на дальнейшее повышение качества продукции, когда будет достигнут некий уровень качества.*

**Проблемы реализации всеобщего управления качеством (TQM) в России**

Внедрение всеобщего управления качеством (TQM) в России зачастую сопровождаются целым рядом проблем.

1. Во-первых, стоит отметить эволюционный разрыв в 50 лет. На западе философия качества последовательно прошла этапы отбраковки, контроля качества, гарантии качества и приняло форму всеобщего управления качеством. Причем 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 наивысшим качеством. В административно – командной системе Советского Союза спрос и предложение были предметом государственного планирования, конкуренция между производителями отсутствовала. Наследство советской системы можно перебороть также только эволюционным путем. Преимущество настоящего положения России в том, что путь может быть гораздо короче, т.к. накопленные мировые знания, опыт, а также ошибки и неудачи уже известны. Кроме того, Россия располагает обширной теоретической и методологической базой в области качества советского периода. Однако этот опыт таит в себе следующий подводный камень.

2. В качестве второй проблемы можно выделить разницу в расстановке акцентов в понимании качества. Развитие систем качества в Советском Союзе носило региональный характер, поэтому предлагаемые подходы ассоциировались с местом их разработки: БИП – Саратов, КАНАРСПИ – Горький, СБТ и КСУКП – Львов, НОРМ – Ярославль, КСУКП и ЭИР – Днепропетровск, КСПЭК – Краснодар. 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 или регулирующими органами, или 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, советским системам качества присущи следующие недостатки, которые не позволяют рассматривать эти подходы как современную альтернативу TQM: ограниченность сферы действия, отсутствие ориентации на потребителя, экономическая незаинтересованность предприятий, несистемный подход к системе.

3. В-третьих, стоит отметить недостаточность специалистов в области качества. В советское время эти специалисты имели исключительно техническое образование, однако, современный менеджмент качества давно вышел за рамки математики и статистики. Нынешние требования к специалисту в области качества дополняются знаниями экономики и менеджмента. Недостаток комплексной теоретической и методологической базы по вопросам управления в целом и управления качеством в частности, как у зрелых, так и у начинающих специалистов в области качества, таит в себе очередное препятствие для внедрения TQM в России.

4. В-четвертых, к проблемам внедрения TQM в России следует отнести использование современных методов совершенствования. Такие подходы как ИСО 9000, премии в области качества, бенчмаркинг, самооценка вводятся искусственно в российский бизнес, что вызывает проблему адаптации западных подходов. 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 по бизнесу.

 Также хотелось бы отметить, что российские производители больше внимания уделяют исследованию рынка и привлечению новых клиентов, но так и не научились их удерживать. 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, т.к. компании редко рассматривают свою деятельность как совокупность процессов. Но ***именно процессный подход является одним из основных принципов TQM***.

 Но надо заметить, что уже в советские времена появились компании, которые в своей деятельности, осознанно или нет, использовали основные элементы современных систем управления качеством. Так, например, работа на предприятии СКБ Автоматических линий и агрегатных станков характеризовалась следующими признаками:

* коллектив – одна большая семья. Но при этом, доброжелательность в личных отношениях сочеталась с требовательностью в работе. Каждый стремился достичь максимума в своем деле, при этом, не конкурируя с коллегами, а сотрудничая с ними.
* руководители подразделений и ведущие конструкторы стремились внедрить самые современные методы и технические средства, а сами разработки наполнить эффективными и качественными решениями.
конструкторы много времени проводили в совместной работе с технологами производственных предприятий. Каждое решение обсуждалось и доводилось до высокого уровня.
* система оплаты труда была связана с достижением конечного результата и системой морального стимулирования и т.д.

 Оценивая этот уникальный опыт сегодня, вполне правомерно сказать, что коллективом данного СКБ реализовывалась в то время собственная концепция создания TQM*.* Руководители и сотрудники этой организации не были признанными специали­стами в области менеджмента качества. Однако таланты, огромное желание быть самыми лучшими в своей профессиональной деятельности обеспечили реализацию оригинальной концепции, очень близкой к современным системам TQM, о чем мно­гие нынешние руководители отечественных компаний могут лишь мечтать.
Описанный выше опыт не был массовым или час­тым явлением, но для нас важно, что это было в нашей стране и в то время, когда для внедрения TQM еще не существовало объективных условий. При всей сложности решения сегодняшних проблем нельзя не признать, что радикально изменилась деловая среда, и хотя для производственного бизнеса она далеко не идеальна, но уже формируются необходи­мые для него условия создания в компаниях современных систем TQM.

 В настоящее время российские компании не только мечтают о созда­нии у себя современных (по мировым представлениям) систем TQM, некоторые из них уже успешно над этим работают, и не один год. Но попытка массового их внедрения не выйдет. Это можно объяснить рядом причин:

* для массового прорыва отечественных пред­приятий на высший уровень качества, которым сегодня является TQM, нужно создать в стране благоприятные условия осуществления производственного бизнеса. Необходимо, чтобы произошли серьезные изменения в российской деловой среде. Без этого на уровень TQM будут «прорываться» лишь отдельные предприятия, причем ценой очень больших усилий.
* Руководство большинства российских компаний не обладает квалификацией, необходимой для созда­ния TQM на своих предприятиях.
Даже если руководители и менеджеры отече­ственных компаний захотят научиться управлению качеством и созданию TQM, то учиться этому им практически негде. Качественных специальных российских образовательных программ для этого пока нет. В получивших распространение престижных, по российским представлениям, западных программах МВА серьезная подготовка в данном направлении также не предусматривается. Можно без преувеличения сказать, что реализуемые сегодня в России программы МВА направлены не столько в мировой бизнес насто­ящего или тем более будущего, сколько в уже пройденное Западом прошлое, ориентированы на уровень конца 80-х - начала 90-х годов прошлого века.
* Необходимо особо отметить, что, по мнению специалистов, главное препятствие, которое существует сегодня в России на пути к TQM- это цинизм и низкий уровень морали и этики*.* Для преодоления этого препятствия потребуется не один год. Важно, чтобы россияне сами осознали, что сделать им это необходимо, тогда можно будет найти пути, как это осуществить.

 Перечисленные выше причины не дают особых оснований для оптимизма в отношении массового возникновения на отечественных предприятиях системы TQM. Быстрого пути к этому у нашей страны нет. Несмотря на наличие этой серьезной проблемы, российские компании уже вступили на путь создания современных систем управления качеством. Как и сколь долго они будут идти по нему к созданию у себя TQM, зависит и от них самих. Непросто перестраивать уже существующие предприятия и доводить их конкурентоспособность до мирового уровня, но это делать необходимо. Особое внимание следует уделить вопросам качества в разрабатываемых и реализуемых инвестиционных проектах. Здесь есть реаль­ные шансы сделать многое, но для этого профессио­нальным инвесторам необходима квалификация в области качества и принципиальность в отстаивании своей позиции.

 Итак, внедрение концепции всеобщего управления качеством 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. Однако существующие проблемы не могут стать непреодолимыми барьерами внедрению TQM в России. Адекватное восприятие действительности и грамотная политика, как со стороны бизнес – сообщества, так и со стороны государства, помогут миновать эти преграды.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

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, обеспечит эволюционное развитие процесса внедрения *TQM* в России, динамика же этого процесса зависит от эффективности деятельности каждого из его участников.

Библиографический список

1. Мазур И.И., Шапиро В.Д. Управление качеством: учебное пособие. - М.: Высшая школа, 2003.
2. Качалов В.А. Энциклопедия ошибок в менеджменте качества - Стандарты и качество, 2003. - № 1.
3. Журнал «Стандарты и Качество»