

ББК 60.56

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ

О.А. Примерова

THEORETICAL ASPECTS OF QUALITY MANAGEMENT OF SERVICES

O. A. Primerova

В статье рассматриваются концептуальные основы проблемы управления качеством товаров и услуг в современных условиях, от решения которой во многом зависит уровень социального развития общества.

The article focuses on the conceptual bases of the problem of quality management of goods and services in modern conditions which define a level of development of a society.

Ключевые слова:

качество, управление, сфера услуг, потребитель, интеграция рынка, стандарты, система.

Keywords:

quality, management, sphere of services, consumer, market integration, standards, system.

Экономическая ситуация в мире в начале XXI в. характеризуется значительным повышением роли сферы услуг и сервиса в социально-экономической жизни ведущих индустриально развитых стран. Подтверждением этого факта является рост численности занятых в этой сфере, увеличение объема и разнообразия предлагаемых услуг. К числу основных тенденций, свойственных современной индустрии услуг, можно отнести следующие. Во-первых, происходит ее дальнейшее расширение, в том числе за счет появления сервисных функций и повышения их удельной доли в общей деятельности промышленных предприятий: послепродажное обслуживание, фирменная торговля и другие формы приближения предприятия к потребителям продукции. Во-вторых, сервисные функции включаются в состав продукции в качестве важного компонента, обеспечивающего конкурентные преимущества, например, гарантийное обслуживание бытовой техники специалистами от производителя или его дилеров. Тем самым традиционное понятие продукции расширяется, выходя за границы непосредственного взаимодействия поставщика и потребителя (внешняя задача предприятия) и отражая внутреннюю деятельность поставщика по удовлетворению требований потребителя (внутренняя задача предприятия). В-третьих, происходит дальнейшая дифференциация обслуживания по уровням, характеризующим возможности и потребности клиентов. В этом смысле показательным служит выделение однородных сервисных услуг, предлагаемых отдельно для профессионалов и для любителей, для людей состоятельных и менее богатых, а также эксклюзивных услуг с высокими стандартами и быстротой обслуживания. В-четвертых, существенные изменения произошли в законодательстве, прежде всего, в части расширения прав клиентов во взаимоотношениях со сферой обслуживания, где вопросы защиты прав потребителей услуг выступают в качестве мощного стимула, обеспечивающего их качество.

Изложенное дает возможность сделать вывод о том, что уровень развития сферы услуг представляет собой одну из важнейших характеристик развития современного общества — его социальную направленность. Подобная позиция содержится в концепции постиндустриального общества, предложенной зарубежными исследователями в 70-е гг. прошлого века, где также отмечается преобладание сферы обслуживания над производственным сектором. Следует отметить, что западные методологии

являются продуктом развития экономической культуры постоянного улучшения бизнеса в условиях конкуренции и отражают процесс совершенствования деятельности компаний, изначально базирующихся на принципах частного предпринимательства. Поэтому для отечественных предприятий сферы услуг в большей степени необходима целостная концепция преобразований, соответствующая политическим, экономическим и социокультурным особенностям российских реформ. В условиях интеграции рынка, научно-технического прогресса и постоянно возрастающих требований потребителей качество услуг приобретает все большее значение.

В этой связи во всем мире стали разрабатываться системы качества продукции, задачей которых является производство товаров и услуг, соответствующих требованиям потребителей по всем параметрам. В России разработка систем качества началась с середины XX в., но все они оказались малоэффективны, так как уделяли мало внимания мотивации работников. С 1997 г. начали разрабатываться системы качества в соответствии с требованиями международной организации по стандартизации ИСО. Данная организация начала свою деятельность еще в 1946 г., но к системам качества приступила относительно недавно. основополагающим принципом любой системы качества является постоянное совершенствование качества продукции, так как иначе затраты на нее будут бессмысленными в связи с постоянно возрастающими требованиями покупателей. Наибольшее распространение как во всем мире, так и в России получили такие системы качества, как QMS (Quality Management System) и TQM (Total Quality Management).

Как уже отмечалось, в рыночной экономике проблема качества является важнейшим фактором повышения уровня жизни, экономической, социальной и экологической безопасности. Качество — комплексное понятие, характеризующее эффективность всех сторон деятельности: разработку стратегии, организацию производства, маркетинг и т.д. Важнейшей составляющей всей системы качества является качество продукции, т.е. совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности [1]. Большинство исследователей считает, что данное определение в полной мере соответствует сути современных представлений о качестве.

При этом данное определение качества относится как к товарам и услугам, так и к процессам производства товаров и оказания услуг. Любая продукция или услуга должна соответствовать определенным требованиям потребителей. Качество характеризует соответствие товара этим требованиям, в нем отражается эксплуатационная безопасность и надежность, дизайн, уровень послепродажного обслуживания. Все это для современного потребителя является основным критерием оценки продукта при принятии решения о его приобретении. Современная рыночная экономика предъявляет принципиально новые требования к качеству выпускаемой продукции. Это связано с тем, что сейчас выживаемость любой фирмы, ее устойчивое положение на рынке товаров и услуг определяется уровнем конкурентоспособности. В свою очередь, конкурентоспособность связана с действием нескольких десятков факторов, среди которых можно выделить два основных: уровень цены и качества продукции. Причем второй фактор постепенно выходит на первое место.

В начале нового тысячелетия проблема управления качеством исходит из того, что деятельность в этом направлении не может быть эффективной после того, как продукция произведена, эта деятельность должна осуществляться в ходе подготовки к производству и непосредственно производства. Качество определяется действием многих случайных, местных и субъективных факторов. Для предупреждения влияния этих факторов на уровень качества необходима система целенаправленного управленческого воздействия на процесс создания продукта с целью поддержания необходимых качественных характеристик. Именно система, а не отдельные разрозненные и эпизодические усилия.

Управление качеством неизбежно оперирует понятиями: система, среда, цель, программа и т.п. Различают управляющую и управляемую системы. Управляемая система представлена различными уровнями управления организацией. Управляющая система создает и обеспечивает менеджмент качества. В современной литературе и практике используются следующие концепции управления качеством продукции (услуг) [2]: система качества (Quality System); система менеджмента, основанная на управлении качеством (Quality Driven Management System); всеобщее управление качеством (Total Quality Management); обеспечение качества (Quality Assurance); управление качеством (Quality Control); статистический контроль качества (Statistical Quality Control); система обеспечения качества (Quality Assurance System); гарантия продукции (Product Assurance); всеобщий производственный менеджмент (Total Manufacturing Management); передовой производственный опыт (Good Manufacturing Practices); менеджмент системы качества (Quality System Management) и т.д. Есть и другие концепции менеджмента качества, но и перечисленные отражают сущность разных методов, используемых в методологии TQM для решения различных проблем качества. TQM имеет огромное значение в управлении современными фирмами.

Управляющая система начинается с руководства высшего звена. Именно руководство высшего звена должно исходить из стратегии, что фирма способна на большее по сравнению с прошлым. В организационной структуре фирмы могут быть предусмотрены специальные подразделения, занимающиеся координацией работ по управлению качеством. Распределение специальных функций управления качеством между подразделениями зависит от объема и характера деятельности фирмы. Для качества как объекта менеджмента свойственны все составные части менеджмента: планирование, анализ, контроль. Фирмы, функционирующие в рыночной экономике, формулируют политику в области качества таким образом, чтобы она касалась деятельности каждого работника, а не только качества предлагаемых изделий или услуг. В политике четко определяются уровни стандартов качества работы для конкретной фирмы и аспекты системы обеспечения качества. При этом продукция заданного качества должна быть поставлена потребителю в заданные сроки, в заданных объемах и за приемлемую цену [3].

Сегодня в управлении качеством важное значение имеет наличие на фирмах сертифицированной системы менеджмента качества, что является гарантией высокой стабильности и устойчивости качества продукции. Сертификат на систему качества позволяет сохранить конкурентные преимущества на рынке. Улучшение качества соответствия требованиям может быть достигнуто параллельно со снижением цены (уменьшаются затраты, брак, количество перелок). Улучшение качества проекта, наоборот, в основном увеличивает затраты – более качественный и эстетичный проект стоит немалых денег. В понятии качество проекта воплощено то, что иногда называют «восприятием качества», или имиджем производителя, торговой марки [4].

Качество определяется рядом его составляющих, образующих так называемую петлю качества. Петля качества – это замкнутая последовательность мер, определяющих качество товаров или процессов на этапах их производства и эксплуатации. Качество создается и поддерживается на всех этапах петли качества, начиная с исследования потребностей и рыночных возможностей, то есть с маркетинга, и заканчивается утилизацией продукта, отслужившего свой срок. Достаточно не уделить качеству должного внимания на каком-то одном из этапов, и страдает качество всего товара, падает имидж производителя, доверие к нему со стороны потребителей. Традиционно считалось, что качество создается на стадии производства. Главное было не допустить брак на производственной линии, не нарушить производственные графики. Обращая внимание только на производство, можно делать

великолепные товары. Но пользоваться ими смогут только сами производители. Остальные про это либо не узнают (при неграмотной организации продажи), или не захотят купить (некрасивая и некачественная упаковка, отсутствие обслуживания и гарантий). Не говоря уже о том, что великолепно сделанный товар может быть не нужен потребителю [5].

При рассмотрении принципа управления качеством определен следующий состав функций: политика и планирование качества, обучение и мотивация персонала, организация работ по качеству, контроль качества, информация о качестве, разработка мероприятий, принятие решений руководством предприятия, внедрение мероприятий в производственный процесс, взаимодействие с внешней средой по вопросам качества [6]. Информация о качестве складывается из внутренней и внешней. Внутренняя получается по результатам контроля проектирования и производства и показывает, какое качество продукции достигается при ее создании на предприятии. Внешняя возникает в виде требований заказчиков и рынков сбыта, данных о научно-техническом прогрессе, сведений с объектов эксплуатации [7].

Требования к качеству устанавливаются и фиксируются в нормативных и номативно-технических документах: государственных, отраслевых, фирменных стандартах, технических условиях на продукцию, технических заданиях на проектирование или модернизацию изделий, чертежах, технологических картах и технологических регламентах, картах контроля качества и т. п. Перечень этот не трудно продолжить. Здесь нужно заметить, что отклонение качества продукции от заданных параметров происходит, как правило, в худшую сторону и имеет общие и частные проявления. К числу общих относится моральный износ, физическое и моральное старение продукции, то есть потеря первоначальных свойств при эксплуатации и хранении. Неустойчивость, изменчивость качества продукции проявляется не только в двух общих тенденциях физического и морального старения. Имеют место так называемые частные отклонения качества от установленных требований. Они чрезвычайно разнообразны и обусловлены уже не экономической и технической природой, а условиями внешнего характера: нарушениями правил и условий эксплуатации, ошибками разработчиков и изготовителей, нарушениями производственной дисциплины, дефектами оборудования, с помощью которого изготавливается и используется продукция, и т.д. Неустойчивость качества, обусловленная частными отклонениями заданных параметров, имеет случайный характер. Время их появления можно ожидать только с определенной степенью вероятности.

Есть еще один фактор, который влияет на неустойчивость оценок качества — это изменчивость потребностей. Параметры продукции могут строго соответствовать нормативной и технической документации, но становятся другими требования потребителей, и качество при неизменных параметрах ухудшается или теряется вообще [8].

Можно констатировать, что качество продукции находится в постоянном движении. Следовательно, оно определяет собой хронически неустойчивый объект. Это объективная реальность, с которой приходится иметь дело.

В практической деятельности люди отслеживают процесс потери свойств качества, измеряют и оценивают эти изменения. Для того чтобы замедлить процесс физического старения, устанавливаются благоприятные эксплуатационные режимы и условия хранения, используются различные профилактические меры по техническому обслуживанию и текущему ремонту. Если ухудшение качества переходит за пределы допустимых значений, проводится капитальный ремонт.

При организации рациональной и эффективной работы по качеству, независимо от её масштабов, форм и методов осуществления, люди всегда действовали, действуют и будут действовать примерно по такой схеме:

1. Определение потребности и выработка требований к качеству продукции

(план, программа качества).

2. Придание исходному материалу необходимых свойств (выполнение плана, программы качества).

3. Проверка соответствия полученного качества предъявленным требованиям (выявление отклонений) или констатация соответствий.

4. Воздействие для устранения отклонений полученного качества от заданного (обратная связь) [9].

При таком взгляде на последовательность действий по качеству обнаруживается явление, имеющее чрезвычайно важное значение для всей философии работ по качеству. Это наличие единства и органического сочетания прямых и обратных связей во всех действиях людей, связанных с созданием и использованием (потреблением) продукции.

Таким образом, ключевой задачей менеджмента компаний является создание, практическая реализация и последующая сертификация системы менеджмента качества (современный термин, заменивший ранее использовавшийся термин «системы управления качеством») и поставляемой продукции в течение определенного периода времени (действия контракта, срока выпуска продукции данного вида и т.д.).

Управление качеством продукции является, по существу, сквозным аспектом системы управления предприятием, аналогичным таким, как время, затраты, управление персоналом. Именно это положение находится в основе краеугольных принципов современных систем менеджмента качества.

Внедрение системы качества предполагает проведение внутренних проверок системы и при необходимости ее доработку для того, чтобы все подразделения могли четко выполнять свои функции. Оценка системы качества после ее создания осуществляется путем сертификации, проводимой независимым органом с целью подтверждения соответствия системы существующим стандартам. Функционирование системы качества — это выполнение руководством и всеми подразделениями своих функций и задач с целью обеспечения качества продукции. В этом состоит содержательная сторона деятельности системы, то есть то, для чего она предназначена.

ПРИМЕЧАНИЯ:

1. Лapidус В.А. Всеобщее качество (TQM) в российских компаниях. М.: Новости, 2004. С. 14.
2. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии. М.: Центр экономики и маркетинга, 2004.
3. Лapidус В.А. Указ. соч. С. 114 – 116.
4. Виханский О.С. Стратегическое управление. М.: Изд-во МГУ, 2005. С. 221.
5. Ханжина В., Попов Е. Структура рыночного потенциала предприятия // Проблемы теории и практики управления. – 2004. – № 6. – С. 119.
6. Янг М., Рюэгг-Штюрм И. Значение новых сетевых организационно-управленческих форм для динамизации предприятий // Там же. С. 106 – 112.
7. Бурков В.Н., Новиков Д.А. Модели и механизмы систем в управлении качеством // Проблемы теории и практики управления. – 2005. – № 4. – С. 18 – 23.
8. Варакута С.А. Управление качеством продукции: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2005. С. 29.
9. Винокуров В.А. Указ. соч. С. 38.