

УДК 338.24

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ НА КОММЕРЧЕСКОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Кошелькова А. Д.

магистрант,

Тульский филиал Российского экономического университета им. Г.В.

Плеханова,

Тула, Россия

Аннотация

В статье раскрыта сущность понятия «качество». Описаны общие теоретические положения по управлению качеством на предприятии, компоненты его организации и функционирования. Обоснована решающая роль качества как критерия конкурентоспособности. Раскрыты основные этапы внедрения системы управления на организации и их значимость. Охарактеризованы отличительные особенности управления качеством на коммерческом предприятии. Представлены практические пути совершенствования системы качества на организации.

Ключевые слова: экономика, управление качеством, предприятие, эффективное функционирование, менеджмент.

QUALITY MANAGEMENT IN A COMMERCIAL ENTERPRISE

Koshel'kova A. D.

master's degree student,

Tula branch of Plekhanov Russian University of Economics,

Tula, Russia

Abstract

The article reveals the essence of the concept of «quality». General theoretical provisions on quality management at the enterprise, components of its organization and functioning are described. The decisive role of quality as a criterion of competitiveness is proved. The main stages of implementation of the management system in the organization and their significance are revealed. The distinctive features of quality management at a commercial enterprise are characterized. Practical ways of improving the quality system in the organization are presented.

Keywords: economy, quality management, enterprise, effective functioning, management.

Современные тенденции в сфере экономики создали все необходимые условия для того, чтобы человек мог жить в комфорте и удобстве. Мы начали заботиться о безопасности продукции, которую потребляем, ее сертификации и качестве, требовать соблюдения законов, отстаивать свои права потребителей. Всё это позволяет сделать вывод об изменении нашего отношения к качеству товаров и услуг. Ни для кого не секрет, что в условиях рынка предприятие будет функционировать не за счет инвестиций, а только, если сможет обеспечить конкурентоспособность своей продукции или услугам, и поэтому именно качеству отдают предпочтение покупатели и заказчики.

Из вышесказанного вытекает, что качество является основой для конкурентоспособности предприятия. В связи с этим начала формироваться, а затем и устоялась система управления качеством.

Обратимся к понятию «управление качеством». Исходя из истоков отечественной литературы (примерно 70-е гг. XX в.), данное понятие определялось как «совокупность мер, которые направлены на производство продукции, товаров или услуг наивысшего качества, реализуемых на всех и

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

каждом отдельно уровнях предприятия» [6, с. 224]. Интересно то, что при этом эта система не ограничивалась конкретной организации, а включала в себя поставку, распределения готовой продукции, оказание услуг потребителям на практике за счет третьих лиц.

В стандарте ISO 9000 качество означает «совокупность присущих характеристик объекта, которые относятся к его способности удовлетворять раннее установленные и предполагаемые потребности» [3]. Это определение применимо не только к товарам и услугам, но и к процессу их производства.

В современной литературе, мы можем встретиться с такой трактовкой: «управление качеством – это действия, которые направлены на создание, использование, поддержание и усовершенствование способов и методов, непосредственно влияющих на качество производимой продукции» [5, с. 13]. К основным функциям управления качества можно отнести [4]: постановку задач от руководства в области качества; прогнозирование и действия при планировании будущего качества; закрепление требований к качеству в учетных документах; изучение показателей качества готовой продукции; осуществление контроля на всех этапах производства для достижения этих показателей; разработку ряда мероприятий по коррекции качества; стремление к улучшению системы; взятие ответственности за ненадлежащее качество.

Современные концепции теории управления качеством, определяют подлинное, наивысшей, истинное качество, только то, которое содержит в себе не только производство той или иной продукции, соответствующей установленным стандартам, но и сам процесс распределения товаров, обслуживание потребителей, а также полное соответствие стандартов требованиям рыночной экономики. Отсюда следует, что качество и сама система управления начинает свою работу уже на этапах изучения потребностей рынка в том или ином товаре, его разработки, подготовки материалов для производства, непосредственного изготовления товара, его

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

упаковки и хранения, продажи и получения товара потребителю, его дальнейшего использования, конечным этапом этой системы является утилизация товара по окончании его срока службы. Здесь также прослеживаются фазы продолжительности «жизни» продукта, отвечающие за качество.

Для того, чтобы включить на предприятии систему управления, или по-другому, менеджмента качества, необходимо, прежде всего, согласовать ее с международными стандартами и выполнить требуемые действия, согласно установленным нормам. Хотелось бы отметить, для того чтобы ISO наверняка внедрился в деятельность предприятия, требуются не малые сроки, а именно, от 6 до 18 месяцев [1]. Возникает вопрос, как тогда организовывать процесс управления качеством? Например, руководители могут пойти двумя путями либо принять помощь от квалифицированных специалистов, либо самостоятельно совершить необходимые шаги для реализации [2]:

- 1) Произвести анализ сложившегося менеджмента качества. Сначала необходимо оценить масштаб предстоящих изменений. Здесь исключено сложившееся стихийное управление качеством на фирме, только лишь наличие системы требований.
- 2) Обучить руководящее звено. Результат, обычно, связан напрямую с профессионализмом руководства, поэтому важно начинать тотальные перемены именно с этого звена.
- 3) Разработать проект системы управления качеством. Данный шаг включает в себя действия, направленные на создание необходимой базы для последующих перемен, особое внимание здесь уделяется документации.
- 4) Внедрить данную систему. Процесс внедрения должен быть ориентирован на новые стандарты и требования при организации деятельности персонала.

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

- 5) Провести консультации и проверки. Своевременное выявление отклонений, их корректировка и предупреждение новых – это основные функции контроля за системой, начинающей свою работу на предприятии.
- 6) Сертифицировать. Когда система стабильна и отлажена ее, наконец, можно утверждать путем независимой экспертизы для получения сертификата соответствия стандарту ISO 9001.

Коммерческие предприятия, в свою очередь, ориентированы на получение прибыли и ее увеличения в дальнейшем, поэтому политика в области качества может быть сформулирована в виде путей совершенствования этой системы так:

1. Улучшить экономическое положение предприятия, т.е. расширить сеть организаций;
2. Ориентироваться на удовлетворение требований потребителей;
3. Улучшить основные показатели качества продукции;
4. Развивать сервис (внедрение новых методов организации работ);
5. Активизировать маркетинговую и рекламную деятельность;
6. Применять новые формы мотивации персонала;
7. Улучшить техническое обеспечение на организации.

Если применить и реализовать эти направления деятельности к ПАО «Сбербанк», мы увидим следующие вытекающие удобства для населения: возрастет количество точек на местности, у людей появится «удобная» возможность обратиться в ближайшее отделение Сбербанка, которое, наверняка, будет в шаговой доступности; повысится качество обслуживания, квалификации сотрудников, за счет применения новых форм мотивации персонала, что приведет к лучшей отработке запросов, направленных на удовлетворение требований потребителей; совершенствование технологии дистанционного управления счетами клиентов, мобильные приложения, а

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

также применение новейшего технического обеспечения на организации позволит сэкономить время обеим сторонам; реклама и маркетинг позволят получить новых клиентов, взять к примеру, ребрендинг компании, который вызвал крупный интерес у потребителей качественным новым дизайном, искусственным интеллектом, качественной удобной мебелью, производством собственных продуктов - все вышесказанное, это возможность для роста и обеспечения конкурентоспособности своей продукции и услугам.

Таким образом, одним из ключевых направлений деятельности на мировом рынке является растущая требовательность к улучшению качества. Отсюда можно сделать вывод, что в условиях рыночной конкуренции смогут функционировать и развиваться только те предприятия, которые осуществляют системное управление качеством.

Библиографический список:

1. Волков О.И. Экономика предприятия: учебное пособие. 2-е изд. / О.И. Волков. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 263 с.
2. Герасимов Б.Н. Управление качеством: учебное пособие / Б.Н. Герасимов, Ю.В. Чуриков. - М.: Вузовский учебник, 2018. - 65 с.
3. Государственный стандарт РФ ГОСТ Р ИСО 9000-2001 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь»: принят и введен в действие постановлением Госстандарта РФ от 15 августа 2001 г. N 332-ст. - М.: Издательство стандартов, 2003 [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200015260> (Дата обращения 29.12.2020)
4. Дремина М.А. Проектный подход к разработке и внедрению систем менеджмента качества: Монография / М.А. Дремина, В.А. Копнов, А.А. Станкин. - СПб.: Лань, 2015. - 304 с.

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

5. Ильенкова С.Д. Управление качеством / С.Д. Ильенкова. - М.: Юнити, 2018. - С. 13.
6. Семенов А.К., Набоков В.И. Основы менеджмента: учебник / А.К. Семенов, В.И. Набоков. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2004. – С. 224.

Оригинальность 90%