

САМООЦЕНКА ОРГАНИЗАЦИИ НА БАЗЕ КРИТЕРИЕВ ПРЕМИЙ ПО КАЧЕСТВУ КАК ИНСТРУМЕНТ ИЗМЕРЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПУТИ К УСТОЙЧИВОМУ УСПЕХУ

Ситдекова Рамзия Газинуровна

студент

МИРЭА – Российский технологический университет, Москва

Аннотация. Самооценка – это мощный инструмент совершенствования деятельности организации. Однако он приводит к положительным изменениям только в том случае, если на основании проведенного анализа будет разработан и реализован план практических мероприятий и если этот план будет полностью одобрен и поддержан высшим руководством подразделения, которое осуществляет самооценку. Изучение, систематизация и классификация зарубежных и отечественных премий качества показали, что их различия не принципиальны и обусловлены спецификой той или иной страны. Технология самооценки организации (подробного и всестороннего анализа деятельности предприятия и определения степени ее соответствия модели, установленной премией в области качества) и критерии разных премий качества в общем схожи.

Ключевые слова: менеджмент, продукция, СМК, TQM.

Качество, как неотъемлемое свойство продукции и услуг на рынке, уже прочно завоевало позиции в мировой экономике. Комплекс качественных свойств продукции и менеджмента качества промышленного предприятия (ПП) имеет целый ряд направлений использования, по-

скольку, во-первых, создает аппарат самонастраивания рыночных процессов на запросы и изменения в обществе, что повышает стабильность, сбалансированность и гибкость реагирования экономики; во-вторых, они формируют систему самонаведения на потребности покупателей; в-третьих, глобальная экономическая интеграция обуславливает и превращает качество продукции и менеджмент качества ПП, как экономические категории, в средство международного общения в соответствии с концептуальными основами, принятыми во всем мире. Это позволяет каждому экономическому субъекту легче войти в мировое хозяйственное пространство.

Стратегия развития самооценки направлена на выявление слабых и сильных сторон деятельности организации относительно поставленных задач, планирование необходимых улучшений и нововведений в соответствии с ее возможностями, использование полученных оценок в процессах стратегического и оперативного планирования.

Самооценкой обычно называют приписывание определенного числа баллов собственным параметрам системы менеджмента качества (СМК). Самооценка качества организации рассматривается как совокупность операций, осуществляемых в зависимости от видения СМК и включающих набор номенклатуры показателей качества СМК, определение численных значений этих показателей по сравнению с базовыми (конкурентными, эталонными и т.п.). Для проведения процедуры самооценивания используется единая мера, или шкала, в которой измеряются различные сочетания показателей. При проведении оценок СМК, как правило по определенным механизмам, применяются рейтинговые методы с учетом весомости каждого показателя, которые являются разновидностью экспертных методов оценивания.

Модели самооценки качества, в которых воплотилось наиболее детальное и всестороннее использование принципов TQM (Total Quality Management) – это модели национальных премий за качество. Наиболее

престижными в мире премиями качества являются национальная премия США, Европейская награда за качество, Японская премия качества и Российская премия качества. Основная идея данных моделей состоит в том, что удовлетворение всех категорий потребителей и влияние организации на общество достигается через лидерство в политике и стратегии, управлении персоналом, ресурсами и процессами.

Total Quality Management – систематизированная философия менеджмента, способствующая производству товаров и услуг более высокого качества, сокращению расходов, более высокому уровню удовлетворенности покупателей и сотрудников. Концепция Всеобщего Управления Качеством возникла в середине XX века на основе работ выдающихся теоретиков менеджмента Уильяма Эдвардса Деминга, разработчика некоторых методов статистического контроля качества, Джозефа М. Джурана, работавшего над управлением качеством и изучавшего издержки низкого качества и Каору Исикавы, создавшего инструменты, способствующие контролю качества. Наибольшее распространение данная теория нашла в послевоенной Японии, стремившейся восстановить свою экономику, а после невероятно эффективного ее применения в данной стране завоевала популярность и в США.

Не существует единого определения всеобщего управления качеством, но самое общее и объективное, по мнению автора работы, было предложено Британским институтом стандартов. Согласно нему, «TQM – это такая философия в менеджменте и в практике компании, чьей целью является использование материальных и человеческих ресурсов организации наиболее эффективным способом с намерением достичь задач, поставленных перед собой организацией» [1, с. 42].

Аналогично не существует и конкретного перечня характеристик, определяющих TQM. Однако все исследователи, так или иначе, считают неотъемлемыми элементами концепции:

- Стремление к постоянному улучшению;

- Повышенное внимание к потребителям;
- Вовлечение сотрудников в процесс управления и повышения качества;
- Долгосрочное планирование.

Метод бережливого производства, описываемый выше, в сочетании с идеями TQM, лег в основу «The Toyota Way», сводящегося к следующим основным пунктам:

1. Kaizen;
2. Долгосрочное планирование;
3. Правильная организация процесса приводит к правильным результатам;
4. Решение коренных проблем приводит к обучению организации;
5. Выполнение задач точно вовремя и в необходимом объеме [2].

Применение этих концепций позволило Toyota сократить свои затраты и время, затрачиваемые на производство, и занять одну из лидирующих позиций на мировом автомобильном рынке.

После чрезмерного применения ВУК в Японии, эта практика была принята США, а также с большим успехом. Использование этой концепции объясняется восстановлением конкурентоспособности американских организаций в 50-е – 80-е годы. XX век. Согласно одному исследованию, 93 % фирм, включенных в список Fortune 500, применяют систему управления качеством, основанную на TQM.

Типичными примерами компаний, использующих TQM, являются компании «большой тройки Детройта»: Ford Motor Company, General Motors и Chrysler Group LLC, которая разработала методы тщательной сертификации поставщиков и обучения своих сотрудников.

В последнее время значительный успех в области контроля качества был достигнут GM, признанным в 2016 году как компания, в машинах которой наименьшее количество проблем наблюдалось на начальном этапе использования. Факторы, способствующие этому прорыву,

рассматривают эффективный бенчмаркинг, который позволил GM избежать ошибок своих конкурентов и повышенное внимание к своим клиентам. Кроме того, в прошлом году департаменты были объединены в компании, отвечающей за качество продукции и обслуживания клиентов, что позволило больше внимания уделять потребителям и соответствовать их требованиям.

Другая американская компания, которая разработала концепцию контроля качества – это прекращенная компания Motorola. Принципы шести методологии сигмы почти полностью совпадают со всеми характеристиками, описанными выше, однако шесть сигмальных наборов, помимо качественной, являются количественной целью: 99,99966 % продуктов без брака. Основным методическим инструментом концепции являются производственные циклы PDCA (Plan-Do-Check-Act) или DMAIC (Define-Measure-Analyze-Improve-Control).

Однако в России подход к качеству по-прежнему носит преимущественно технический характер и выражается в соответствии с официальными требованиями (ГОСТ), налагаемыми на продукты, что является проявлением пережитков советского режима, а не национальными и культурными особенностями. Большинство компаний по-прежнему придерживаются авторитарного управления, особенно перед лицом возможности нового финансового кризиса, но современные, особенно высокотехнологичные фирмы, понимают необходимость TQM в связи со всеми преимуществами, которые повлекут за собой его использование. Таким образом, нынешнее состояние WUC в России отражает текущий переходный статус экономики [3].

Компании, которые используют элементы TQM, включают, например, Yota, которая использует участие сотрудников. Им разрешено принимать определенные управленческие решения, участвовать в подготовке своих планов продаж, что приводит к повышению уровня удовлетворенности сотрудников, а после него возрастает удовлетворенность

клиентов. Недавно в M.Video был разработан новый клиентский код, основанный на предложениях, выдвинутых сотрудниками магазина. После принятия этого кодекса мотивация сотрудников значительно возросла, поскольку они почувствовали свой вклад в деятельность компании и работали над независимо разработанными принципами.

Существует теория, объясняющая различную степень успеха TQM в разных странах с их культурными особенностями. Основные культурные ценности для Хофстеда определяются пятью факторами: дистанция власти (PDI), отклонение от неопределенности (UAI), индивидуализм / коллективизм (IDV), маскулинность / женственность (MAS) и краткосрочная или долгосрочная ориентация (LTO). Разнообразие этих ценностей оказывает значительное влияние на возможность применения концепции в каждой культуре. Посмотрите, как значения влияют на основные принципы ВУК (см. рис 1-3).

Постоянное улучшение: требует низкого уровня отказа от неопределенности и небольшой дистанции власти, поскольку принцип основан на неформальной и децентрализованной структуре TQM, ее корпоративной культуре, делегировании полномочий. Такие страны, как Германия, Великобритания, США, страны Скандинавского полуострова в этом отношении наиболее подходят для внедрения TQM, поскольку показатели этих культурных измерений в них относительно низки.

Вовлечение сотрудников: участие наиболее эффективно в странах, характеризующихся, как и предыдущий, низкими показателями отказа от неопределенности, дистанции власти и, кроме того, феминизма, то есть желанием сотрудничать вместо конкуренции. Эти ценности отвечают за поддержание корпоративной культуры, структуры и лидерства. В этом отношении ведутся такие страны, как Дания, Норвегия и Швеция, в которых участие персонала не считается частью какой-либо концепции, а является естественным элементом успешной деятельности компании.

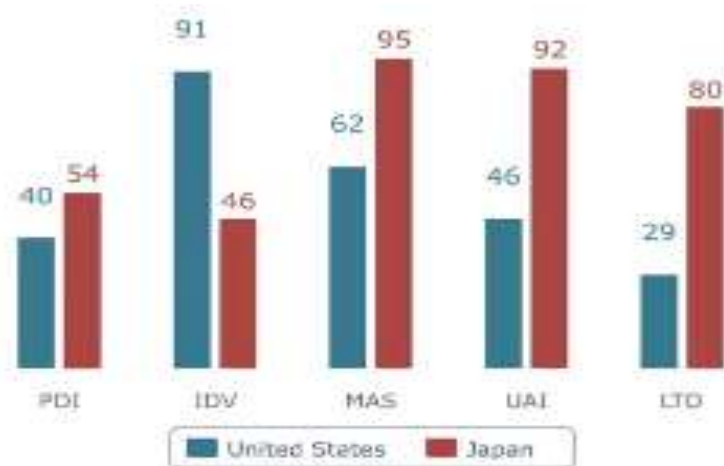


Рис. 1. Измерение национальных культур США и Японии



Рис. 2. Измерение национальных культур России и Дании



Рис. 3. Измерение национальных культур Германии и Великобритании

Удовлетворенность клиентов: очень зависит от участия сотрудников и постоянного совершенствования. Следовательно, все эти качества вместе необходимы.

Россия характеризуется одним из самых высоких уровней мощности в мире (93/120), что помогает поддерживать самодержавие в организации и значительно снижает возможности привлечения сотрудников к управленческим процессам. Кроме того, яркий отказ от неопределенности (95/120) способствовал развитию сложных бюрократических систем, которые препятствуют гибкому реагированию компании на изменяющиеся условия окружающей среды и практически устраняют самый важный принцип TQM – постоянное изменение к лучшему [1].

Таким образом, можно отметить, что страны, которые в соответствии с этой теорией, наиболее подходящие для внедрения концепции TQM, действительно являются лидерами в области качества продукции, удовлетворенности клиентов и персонала и успешно применяют универсальное управление качеством, подтверждая взаимосвязь межкультурных особенностей, и их результаты привели к полному управлению качеством.

Сложность проблемы самооценки качества заключается в многогранности и двусмысленности самого понятия, что приводит к неопределенности, несоответствию в семантическом значении таких терминов, как развитие, рост, цель, стратегия, увеличение, улучшение, стабильности, процветания.

В качестве объекта изучения самооценки деятельности организации, в целом организация выступает в качестве открытой системы, групп взаимодействующих процессов этой системы, а также определенных ключевых процессов деятельности организации. Организация должна использовать все необходимые внешние и внутренние ресурсы для проведения самооценки, но ответственность за ее осуществление остается

за самой организацией, поскольку результаты оценки должны быть тесно связаны с ключевыми стратегическими решениями.

Основными наградами являются: информация о награде, отсутствие данных (за списками) о награждении. Это так, другие организации могут ориентировать свою работу на лидеров (используя бенчмаркинг). Недостатки также могут быть слабой детализацией спектра вопросов, использования статистических данных и, самое главное, построены на экспертном методе, что делает систему достаточной.

Анализируя опыт организации, можно столкнуться с основными проблемами, возникающими при построении модели системы качества: оценка результатов управления предприятием по внедрению качества, постоянное равнение на лидера для сотрудников; измерение целей, которых предприятие достигнет, и измерение средств, с помощью которых они будут достигнуты; инструменты поддержания интереса к результатам труда.

Таким образом, это будет плодотворным, если план организации будет известен сотрудникам, будет указан на корпоративных сайтах, должен быть проведен и должен быть подвергнут оценке. В качестве такого плана приведите рекомендации для проведения самооценки ISO 9001: объяснить самооценку; подготовиться к проведению; проводить командные тренинги; проверить самооценку; уточнить метод самооценки по стандартам ISO 9000.

Список использованных источников

1. Баженова Е.С. Возможности и ограничения применения концепции Total Quality Management в практике управления зарубежными и отечественными компаниями // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 2 (29). С. 42.
2. Гельманова З.С., Жабалова Г.Г., Онищенко О.Н. Система управления, ориентированная на внедрение и использование системы тотального менеджмента качества // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 3-1. С. 129-135.
3. Каблашова И.В. Применение концепции тотального менеджмента качества в системе управления предприятием // Экономинфо. 2017. № 3. С. 68-73.
4. Рузавина Е.В., Ли В.А. Применение концепции Total Quality Management в практике менеджмента качества на российских предприятиях: возможности и ограничения // Развитие территориальных социально-экономических систем: вопросы теории и практики. Сб. науч. стат. XIV Междунар. науч.-практ. конф. мол. уч. 2016. С. 188-191.

Дата публикации: 30.08.2018

© Ситдекова Рамзия Газинуровна