КАЧЕСТВО КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ

"Доброкачественность — врата в будущее"
Н.К.Рерих

Александр ДУРОВИЧ,

доцент, докторант кафедры управления предприятиями торговли и услуг (Белорусский государственный экономический университет)

В условиях перехода к рыночной экономике повышение конкурентоспособности товаров является важнейшей маркетинговой задачей предприятий, так как в этой комплексной категории сочетаются и фокусируются основные производственные, коммерческие, социально-экономические и финансовые результаты деятельности, качество коллективного труда. Под конкурентоспособностью понимается комплексная многоаспектная характеристика товара, определяющая его предпочтение на рынке по сравнению с аналогичными изделиями-конкурентами как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение, что обеспечивает возможность реализации этого товара в определенный момент времени на конкретном рынке.

Таким образом, конкурентоспособность товаров в маркетинге представляет собой сложную категорию, состоящую из ряда элементов, важнейшим из которых является их качество. Не случайно в странах с развитой рыночной экономикой ему уделяется очень серьезное внимание. Американские экономисты, например, считают, что качество сегодня стало главным фактором выживания. "Качество и надежность, — пишут в книге "В поисках эффективного управления" Т.Питерс и Р.Устерман, — представляют собой спасательный круг, выручающий при всех перепадах экономического цикла". Исследования свидетельствуют, что в условиях рынка конкурентоспособность товаров на 70—80 % зависит от их качества.

Что же вкладывается в понятие качество? Международная организация по стандартизации (ИСО) определяет качество как совокупность свойств и характеристик продукции (или услуги), которая обеспечивает удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей.

Подобные определения дают и ведущие в мире специалисты в области качества. Так, У.Э.Деминг считает, что "управление качеством не означает совершенства. Оно означает получение такого уровня качества, на который рассчитывает рынок". Дж.М.Джуран определяет качество как "соответствие назначению". А.В.Фейгенбаум называет качество "совокупностью сложных, рыночных, технических, производственных и эксплуатационных характеристик изделия (или услуги), благодаря которым используемое изделие (или услуга) отвечают ожиданиям потребителя".

В этой связи основным законом бизнеса в отношении качества является утверждение о том, что если потребитель считает, что данный товар плохого качества, значит, он действительно плохого качества, даже если соответствует чертежам и спецификациям и это подтверждается инспекцией. Следуя этому неписанному закону, фирмы зарубежных стран стараются обеспечить уровень качества товаров в соответствии с интересами потребителя. Этого, к сожалению, пока нельзя сказать об отечественных предприятиях. Приходится констатировать, что многие наши руководители и специалисты не обладают стратегическим мышлением, не воспринимают новых концепций и методов обеспечения качества, не ориентируются на долгосрочное планирование в области качества. Они не могут или не хотят понимать, что в условиях рыночной экономики проблемы качества становятся первоочередными, ошибочно полагая, что улучшение качества влечет за собой лишь дополнительные затраты. Такая точка зрения является результатом консервативного представления о влиянии качества на эффективность производства. Чем раньше придет понимание того, что при решении проблемы качества повышаются эффективность производства и его устойчивость в условиях конкуренции, тем лучше и надежнее будет обеспечено будущее предприятий.

Осознание исключительной важности проблемы качества в повышении конкурентоспособности товаров на внутреннем и внешнем рынках обуславливает необходимость всестороннего изучения концепций, методов и механизмов управления, обеспечивающих высокое качество изделий с точки зрения потребителей.

Опыт ведущих стран и фирм убедительно показывает, что основным способом создания конкурентоспособных товаров является системное управление качеством. В эволюции его методов и приемов выделяется несколько этапов.

До XX в. индустриальное управление качеством (в условиях предприятия) сформировало принцип управления на основе модели (рисунка, чертежа, образца и т.п.). Каждому работнику, занятому на тех или иных операциях, нужно было выполнить задание, определяемое моделью. Это важное положение, по-видимому, можно считать основой индустриального (промышленного) управления качеством в отличие от ремесленнического, где качество определялось только талантом, мастерством и умением работающих.

Промышленное разделение труда привело к тому, что каждый работник отвечал только за свою операцию, а качество его работы определялось сходством выполненной детали с заданным образцом.

В 1905 г. Ф.Тейлором был предложен принцип, который был положен в основу управления качеством и используется до настоящего времени.

Ф.Тейлор ввел механизм, включающий три функции управления: техническое нормирование качества; контроль за соблюдением норм; административное и (или) экономическое принуждение к их соблюдению. Техническое нормирование качества осуществлялось конструкторами и технологами, контроль — соответствующими отделами (ОТК), административное и (или)

экономическое принуждение — администрацией, определяющей размеры заработной платы, штрафов и удержаний.

Механизм, основанный на принципе Ф.Тейлора, решил проблему управления качеством отдельных изделий и их элементов. Однако уже в 20-е годы остро встала проблема управления качеством производственных процессов.

Переход к управлению качеством производственных процессов связан с разработкой основных методов статистического управления качеством. Они завоевали большую популярность во многих странах. Достаточно отметить большую роль этих методов в становлении промышленности Японии. Принципы статистических методов существенно отличались от подхода Ф.Тейлора. В частности, они не предполагали использование функций нормирования и принуждения. Статистические методы, особенно статистическое нормирование и статистический анализ, использовались как методология, а не как механизм управления. Механизмы, заставляющие работать качественно, опирались на принцип Ф.Тейлора и, как приводные ремни, приводили в действие статистические методы.

Таким образом, в мировой практике статистические методы нашли применение как эффективное методологическое средство. Их использование стимулирует механизмы тейлоровского типа.

Следующим этапом в архитектуре здания управления качеством была возникшая в шестидесятые годы концепция тотального управления качеством. Она включила в себя совокупность тейлоровских механизмов, статистическую методологию и механизмы управления качеством, охватывающие все стороны деятельности предприятия. При этом решение проблемы качества входит в сферу ответственности руководства фирмы (менеджмента) и является главной заботой хорошо структурированного административного подразделения, специализирующегося исключительно на качестве.

В последние годы появился новый термин — универсальный контроль качества как следующая фаза в развитии управления качеством.

Существует два толкования универсальности. Первое — контроль (управление) качества распространился на все этапы деятельности предприятия — от маркетинга, проектирования изделия до его утилизации, а также на самые разные виды деятельности, выходящие за пределы сферы производства. Второе — распространение унифицированных систем контроля (управления) качества на предприятиях всех стран мира. По идее Международного соглашения по тарифам и торговле (ГАТТ), универсальный контроль качества должен обеспечивать доверие к качеству изделий всех стран мира, помогая преодолевать технические барьеры на пути товаров к потребителю.

Идея универсального контроля качества реализована в международных стандартах ИСО серии 9000. В них отражен концентрированный мировой опыт по обеспечению качества продукции. Применительно к условиям нашей республики данные стандарты следует рассматривать как инструмент перехода предприятий на маркетинговую ориентацию и удовлетворение конкретных потребностей покупателей. Но прежде чем говорить об их роли в решении этой проблемы, следует остановиться на причинах недостаточной эффективности управления качеством в прошлом.

Известно, что в течение нескольких десятков лет повышение качества у нас связывалось с созданием и функционированием единой системы государственного управления качеством продукции, в состав которой входили отраслевые и региональные системы, а также комплексные системы управления качеством продукции на предприятиях. Нормативно-техническую и организационно-экономическую основу этих систем составляли стандарты соответствующих категорий и видов. При этом суть управления заключалась в определении и регламентации требований к техническому уровню и потребительским свойствам изделий, обеспечении контроля и стимулировании реализаций этих требований.

Следует отметить, что такое управление качеством было вполне адекватно условиям планово-распорядительной системы управления народным хозяйством, основу которого составляли административно-командные методы. Дело в том, что традиционный приоритет производства над потреблением, породивший жесткий диктат и монополизм предприятий-изготовителей, исключая их заинтересованность в выпуске товаров, качество которых отвечало бы запросам и требованиям потребителей. Ни ряд попыток совершенствования систем стандартизации и аттестации продукции по категориям качества, ни использование различных хозрасчетных регуляторов, ни ужесточение контрольно-надзорных функций соответствующих государственных, отраслевых и региональных органов, ни введение госприемки так и не смогли компенсировать незаинтересованность производителей в повышении качества предлагаемых товаров. Лишь административно-командное начало в управлении обеспечивало более или менее приемлемое качество изделий. Это обстоятельство обусловило как специфические (игнорирующие мировой опыт) особенности систем управления качеством, так и "нажимной" характер распространения (внедрения) и чаще всего формальный подход к использованию этих систем.

Понятно, что в условиях существования рынка продавца, монополизации внутреннего рынка совокупность отмеченных систем не могла обеспечить управление качеством, которое было бы столь же эффективным, как и в странах с рыночной экономикой. Поэтому неудивительно и вполне закономерно все большее отставание уровня отечественной продукции от зарубежного, а также увеличивающийся разрыв между отечественными и мировым научно-техническим и технологическим уровнями производства.

Очевидно также и то, что в настоящее время складываются предпосылки, которые поставят предприятия перед необходимостью решения проблемы качества. Условно можно говорить о внутренних и внешних предпосылках.

Внутренние связаны с развитием (хотя и противоречивым) рыночных отношений в республике, деятельностью по демонополизации экономики, насыщением внутреннего рынка, что рано или поздно потребует подчинить качеству управление производством на предприятиях, которые вынуждены будут искать эффективные формы решения проблемы качества и неизбежно придут к выводу о необходимости создания эффективно действующей и отвечающей мировому уровню системы управления качеством продукции.

Внешние предпосылки обусловлены развитием международных тенденций в отношении, во-первых, качества продукции и, во-вторых, систем его обеспечения.

Как свидетельствует мировой опыт, эффективным средством успешного решения проблемы качества товаров является реализация положений международных стандартов ИСО серии 9000.