

Ванькова О. А.

МЕТОДИКА АНАЛИЗА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ СМК ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Работа выполнена под руководством Трофимова А. В.

ТГТУ, Кафедра «Автоматизированные системы и приборы»

Лидерство высшего руководства, его обязательства и активное участие являются решающими при разработке и поддержании в рабочем состоянии результативной и эффективной системы менеджмента качества с целью достижения выгоды для всех заинтересованных сторон. Их можно добиться, выявляя, поддерживая и повышая удовлетворенность потребителей.

Для установления достижения запланированных целей высшее руководство должно определить методы измерения деятельности организации. Такими методами являются:

- измерение финансовых показателей;
- измерение показателей выполнения процессов во всей организации;
- внешние измерения, такие как сравнение с лучшими достижениями и оценка третьей стороной;
- оценку удовлетворенности потребителей, работников организации и других заинтересованных сторон;
- оценку восприятия потребителями и другими заинтересованными сторонами характеристик поставленной продукции;
- измерение других показателей успеха, определенных руководством организации.

Информация, полученная в результате этих измерений используется для анализа функционирования СМК со стороны высшего руководства.

У каждой организации есть заинтересованные в ее деятельности стороны, которые включают:

- потребителей и конечных пользователей;
- работников организации;
- владельцев/инвесторов;
- поставщиков и партнеров;
- общество в виде различных объединений и государственных структур, на которые организация или ее продукция оказывают воздействие.

Каждая из заинтересованных сторон имеет свои потребности и ожидания.

Организация для успешной деятельности должна понимать и удовлетворять как текущие, так и будущие потребности и ожидания существующих и потенциальных потребителей и других заинтересованных сторон.

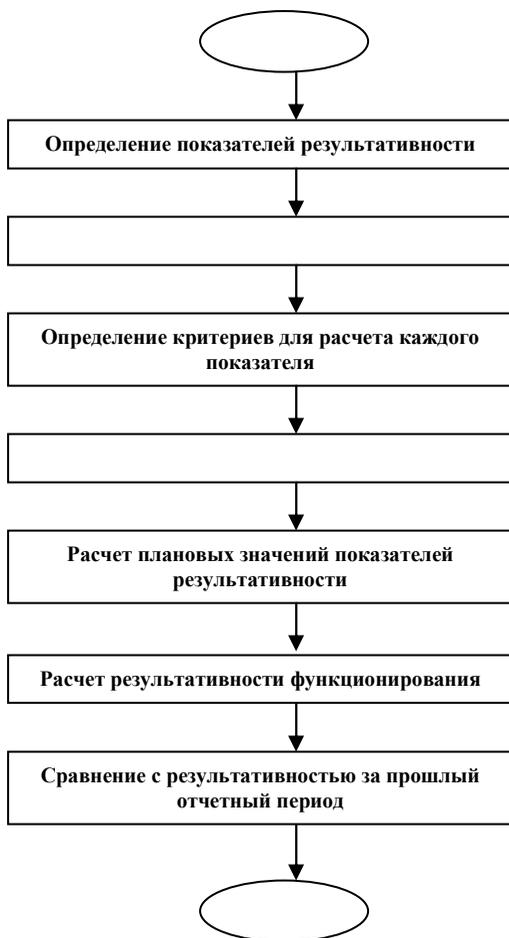


Рис. 1. Алгоритм анализа результативности СМК

Высшее руководство должно анализировать через запланированные интервалы систему менеджмента качества

организации с целью обеспечения ее постоянной пригодности, адекватности и результативности.

Для этого разработана методика анализа результативности СМК промышленного предприятия, алгоритм которой представлен на рис.1.

1 Определение показателей результативности СМК

В [1] описывается анализ показателей результативности СМК, проведенный Н.В. Андросенко и К.М. Рахлиным на основании данных конкурса на звание «Лучший менеджер по качеству». Результаты данного анализа показали, что не все показатели подходят для оценивания результативности СМК. Из 57 показателей, предложенных респондентами, они оставили только 4: увеличение прибыли от реализации продукции; увеличение объема выпуска продукции; снижение потерь от брака и/или уровня брака; рост затрат на обучение и стимулирование персонала в области качества.

Эти показатели характеризуют результативность СМК с разных точек зрения и ориентированы на удовлетворение требований заинтересованных сторон, таких как потребители, персонал, владельцы, акционеры. Но остались в стороне такие заинтересованные стороны, как поставщики и общество, поэтому необходимо расширить число показателей.

Предложено к четырем показателям результативности СМК, предложенным Н.В. Андросенко и К.М. Рахлиным, добавить еще два:

- уменьшение вредного воздействия производства продукции на окружающую среду;
- повышение социального уровня жизни.

Первый показатель связан с внедрением системы экологического менеджмента. Проблема экологической безопасности становится все более актуальной, т. к. Россия в ближайшее время планирует вступить в ВТО. Второй показатель характеризует имидж организации.

2 Представление показателя в виде цели СМК

По структуре показатель состоит из призначной части (идентификатор) и количественного значения. Призначная часть в свою очередь состоит из наименования показателя (основа) и дополнения (дополнительные признаки).

Наименование показателя выражает основной экономический смысл показателя и соответствует тому, что понимается под показателем в первом определении. В состав наименования показателя

входят термины, обозначающие: измеряемый объект; состояние или процесс, в котором находится объект, т.е. что делается с объектом; формальную характеристику показателя, т.е. как он считается.

Дополнение показателя не выражает его экономического смысл, но учитывает конкретное количественное значение показателя. В состав дополнительных признаков входят термины, обозначающие: время, к которому относится данный показатель; единицы измерения; вид данных по функциям управления (плановый, фактический, нормативный); кто производит действие над измеряемым объектом; где находится объект; куда перемещается объект [2].

Исходя из этого, показатель устанавливается в виде цели, которую нужно достичь. В наименовании целевого показателя должно присутствовать наименование величины «степени достижения»: доля, число, количество и т.п.

Например, целевой показатель может быть задан в следующей форме – «увеличить прибыль от реализации продукции за 1 год на 30%»

3 Необходимые данные для расчета показателей результативности СМК

После того, как выявлены показатели результативности СМК, определяется какие данные необходимы для расчета показателей. Такими данными могут быть:

Для показателя «увеличение прибыли от реализации продукции»:

- объем реализованной продукции;
- затраты на производство и продажу.

Показатель «увеличение объема выпуска продукции»:

- освоение и производство новой продукции;
- увеличение количества потенциальных покупателей.

Показатель «снижение потерь от брака и/или уровня брака»:

- доля бракованной продукции;
- затраты на ремонт и переработку;
- затраты на гарантийное обслуживание.

Показатель «рост затрат на обучение и стимулирование персонала в области качества»:

- сумма денежных средств, выделенных на поощрения (за качественно выполненную работу, за рацпредложения и т.д.);
- количество человек, получивших дополнительное образование за счет предприятия;
- количество времени, затраченное на обсуждение качества выполненной работы (дни качества).

Показатель «уменьшение вредного воздействия производства продукции на окружающую среду»:

- затраты на усовершенствование очистных сооружений;
- затраты на экологию.

Показатель «повышение социального уровня жизни»:

- выделение средств на поддержание чистоты населенного пункта, в котором располагается предприятие;
- выделение средств на благотворительность;
- увеличение количества рабочих мест.

4 Сбор данных для анализа и сравнение их с плановыми значениями

Данными для анализа могут служить:

- результаты внутренних и внешних аудитов;
- обратная связь от потребителей;
- информация по мониторингу и измерению процессов;
- эффективность выполнения корректирующих и предупреждающих мероприятий;
- результаты предыдущего анализа и т.д.

Данные, необходимые для расчета, собираются в течение заданного периода времени и предоставляются в виде отчетов, таблиц, графиков и т.д.

Ответственными за предоставление данных высшему руководству являются начальники подразделений промышленного предприятия.

Плановые значения рассчитываются в соответствии с установленными целями, в виде которых заданы показатели результативности СМК. Полученные данные для наглядности сводятся в таблицу:

Показатель результативности СМК	Ед. изм	Значение показателя результативности				К р
		Начальное	Целевое	За отчетный период		
				План	Факт	

Коэффициент результативности K_p показывает на сколько фактическое значение отличается от планового и рассчитывается по формуле:

$$K_p = \frac{|X_\phi - X_H|}{|X_H - X_H|}$$

Результативность показывает на сколько процентов выполнены поставленные цели. Результативность СМК рассчитывается как среднее значение коэффициента результативности K_p .

Список литературы:

1. Н.В. Андросенко Анализ показателей результативности системы менеджмента качества: <http://quality.eup.ru/MATERIALY8/anpok.html>
2. В.М. Краснова Показатели результативности процессов СМК. Назначение и определение: <http://www.corpus-g.ru>