
ПАРАМЕТРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ С ПОЗИЦИИ КАЧЕСТВА

Удовиченко Александр Иванович, д-р экон. наук

Ищенко Игорь Владимирович, канд. экон. наук

Воронежский государственный университет, Университетская пл., 1, Воронеж, Россия, 394006; e-mail: aiu@pochtamt.ru, ishenko@ya.ru

Цель: статья посвящена вопросам взаимосвязи конкурентоспособности и качества. *Обсуждение:* в работе предлагается выявить взаимосвязь параметров конкурентоспособности и качества. Проблема качества и повышения конкурентоспособности становится ключевой для российских предприятий, способствуя очевидному росту интереса к стратегическим вопросам бизнеса. Мы полагаем, что решение проблемы качества является неотъемлемым элементом стратегии развития, и начинать внедрение системы менеджмента качества следует с определения места этой системы в общей стратегии компании. *Результаты:* при определении факторов и параметров, влияющих на качество, предлагается использовать схему Исикавы, диаграмму причин и результатов, как инструмента управления конкурентоспособностью.

Ключевые слова: схема Исикавы, процессный подход, стратегия качества.

DOI: 10.17308/meps.2015.1/957

Введение

Проблема качества и повышения конкурентоспособности становится ключевой для российских предприятий, способствуя очевидному росту интереса к стратегическим вопросам бизнеса и к проблеме качества, а также к подходам и методам их решения, выражаясь в разных формах:

– сосредоточении усилий широкого круга компаний на налаживание производства продукции, конкурентоспособной по своим характеристикам;

– изучении опыта западных компаний, которые поставляют на мировой рынок продукцию, превосходящую по своим параметрам отечественную, с целью возможного его использования на своем предприятии;

– активизации деятельности по разработке и внедрению системы менеджмента качества продукции, отвечающей требованиям международных стандартов (в экономически развитых странах эти системы являются не только источником получения конкурентных преимуществ, но и обязательной инфраструктурной основой для эффективного взаимодействия

компаний в условиях стремительно углубляющегося разделения труда);

- постепенном осознании российскими менеджерами необходимости освоения новой философии качества и на ее основе формировании в компаниях принципиально новой для отечественной практики организационной культуры.

Параметры конкурентоспособности продукции с позиции качества (рис. 1.) подразделяются на нормативные (соответствие товара стандартам, техническим условиями, законодательству), технические (технологические свойства товара, определяющие область его применения, надежность, долговечность, мощность и т.д.), экономические (уровень расходов покупателя на приобретение, потребление и утилизацию товара, т.е. цена потребления) и организационные (система скидок, комплектность поставок, сроки и условия поставок и пр.).



Рис. 1. Параметры конкурентоспособности с позиции качества

Решение проблемы качества – неотъемлемый элемент стратегии развития, поэтому начинать внедрение системы менеджмента качества следует с определения места этой системы в общей стратегии компании.

Особенности внедрения системы качества на предприятии

Поскольку деятельность по формированию системы менеджмента качества продукции путем реализации международных стандартов и принципов TQM ориентируется на повышение качества и конкурентоспособности продукции (услуг) компании, то все процессы, связанные с этой деятельностью, следует начинать с анализа потребностей и ожиданий потребителей этой продукции (услуг). Поэтому компания, прежде всего, должна определить маркетинговую стратегию, которая будет отражать интересы и особенности потребителей и характер конкурентных преимуществ ее продукции (услуг), за счет которых она рассчитывает добиться успеха.

В соответствии с маркетинговой стратегией должны развиваться активы компании и ее технологический потенциал, поэтому необходима стратегия технического развития.

Качество продукции и ее конкурентоспособность существенно зави-

сят от качества и режима поставок материалов и комплектующих, следовательно, необходима стратегия взаимодействия компании с их поставщиками (рис. 2).

Создание и практическое использование системы менеджмента качества продукции зависит от людей, их квалификации и способности постоянно учиться и совершенствовать свои знания и умения, от их реального вовлечения в деятельность для решения проблемы качества. Это обуславливает необходимость стратегии эффективного управления персоналом.

Для планирования мероприятий по улучшению качества и устранению причин производства некачественных продуктов (услуг), выделения средств и людей для осуществления улучшений необходимы анализ и оценка затрат, связанных с качеством, и эффекта от улучшений, поэтому неотъемлемой составляющей стратегии компании является система прозрачного бухгалтерского и управленческого учета в рамках системы менеджмента качества продукции.

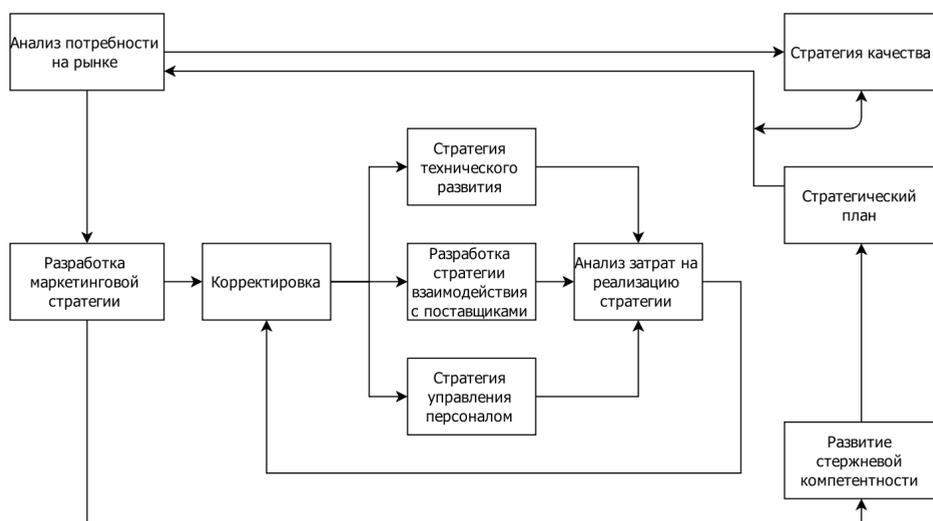


Рис. 2. Разработка маркетинговой стратегии с позиции качества

При формировании маркетинговой стратегии предприятия особое внимание следует уделять определению и развитию стержневой компетентности, т.е. тому комплексу взаимосвязанных ресурсов и внутренних возможностей компании, которые обеспечивают ее стратегическую конкурентоспособность, достижение устойчивых конкурентных преимуществ перед соперниками на рынке.

Формирование маркетинговой стратегии и комплекса функциональных стратегий компании предполагает не только разработку системы стратегических планов, но и формирование у руководителей и ведущих специалистов общего стратегического мышления – скоординированного подхода к долгосрочным перспективам компании и принятию оперативных решений с ориентацией на них. Этого можно добиться, вовлекая в формирование

стратегии более широкого круга людей, т.е. формируя соответствующую организационную культуру.

Стратегия качества (СК) должна рассматриваться как одна из важнейших функциональных стратегий и разрабатываться в виде неотъемлемой части общей стратегии компании, поэтому руководство компании, принимая решение о разработке и внедрении СК, должно задумываться о формировании всего комплекса стратегических компонентов [2].

Управление качеством предприятия необходимо рассматривать как совокупность организационной структуры, методик, технологий и ресурсов, необходимых для осуществления политики в области качества образования с помощью планирования, управления, обеспечения и улучшения качества.

Применительно к социально-экономической системе TQM – это система организации производственного процесса, при которой весь персонал на всех уровнях участвует в непрерывном улучшении качества продукции, расширении их и совершенствовании самого производственного процесса.

Наибольший эффект TQM дает при согласованном использовании этой концепции на уровнях:

- индивидуальном;
- отдела;
- подразделения и т.д.

Требования к качеству процесса и результатам процесса не всегда очевидны заказчику. Поэтому необходимо стремиться к удовлетворению скрытых потребностей. При этом подразумевается, что результаты деятельности предприятия должны соответствовать заданным стандартам [3].

Учитывая вышеизложенный опыт, считаем, что в основе концепции TQM в области управления конкурентоспособностью должны лежать следующие принципы:

- качество должно проявляться не только в предлагаемой продукции, но и во всех сферах деятельности предприятия;
- качество требует усилий каждого работника предприятия. Персонал должен быть заинтересован в высоком качестве продукции и обучен добиваться его;
- для достижения высокого качества необходимо, чтобы партнеры работали на том же уровне. Действительно, качественно обучить специалиста можно лишь в том предприятии, в котором партнеры-предприятия производят столь же высококачественные товары и нуждаются в профессионально подготовленных специалистах. Значит, организация, которая стремится достичь высоких стандартов качества, должна подбирать посредников с такими же устремлениями; если их стандарты качества выше, организация должна бороться за повышение своих стандартов до их уровня. Таким образом, качество продукции должно соответствовать качеству выпускаемых

товаров или услуг предприятия, на котором они будут работать;

- повышать качество продукции можно всегда. Самые передовые организации верят в «непрерывное совершенствование во всем». Лучший способ повысить качество – постоянно сравнивать продукцию предприятия с продукцией самых сильных конкурентов, чтобы достичь и превзойти их;
- иногда интенсификация труда дает лишь едва заметное повышение качества, а для серьезных улучшений необходим новый взгляд или принципиально иной подход;
- качество не может стоить слишком дорого. Порой руководство заявляет, что дальнейшее повышение качества нежелательно, поскольку вызывает новые затраты и замедляет темпы выпуска;
- TQM требует умения работать в коллективе, поэтому критическим фактором успеха внедрения TQM является организованное обучение. Начинать обучение надо с администрации, а затем переходить вниз по иерархии. Обучение сотрудников должно быть перманентным.

Несмотря на то, что модели системы управления качеством по стандартам ISO 9000:2000 не имеют отраслевой направленности и применимы к организациям и предприятиям, выпускающим продукцию и оказывающим услуги в различных сферах, специфика производственной деятельности должна непременно отражаться в трактовке текста стандарта. Актуальной становится задача создания отраслевой системы оценки соответствия – отраслевой системы сертификации систем качества предприятий.

Наиболее широко в западной литературе в качестве оценочных используются «показатели результатов производственного процесса» и «критерии успеха». «Показатели производственного процесса» оценивают его конечные результаты, отражают их соотношение с целями (планами) деятельности, а с помощью «критериев успеха» исследуются промежуточные результаты [3].

«Критерии успеха» производственного процесса могут быть отнесены к основным сферам:

1. соответствие результатов деятельности целям и задачам (плановым показателям) предприятия, современным тенденциям занятости и запросам общества;
2. доступность для потребителя всесторонней информации о продукции;
3. адаптированность производственного процесса к изменениям в запросах и потребностях клиентов, инновациям в производственном процессе;
4. общность стандартов для всех участников производственного процесса.

В мониторинге качества применяются укрупненные и развернутые (детализированные) системы оценки на основе «критериев успеха» (рис. 2).

Модель 1 «Критерии успеха»	Модель 2 «Управленческий подход»	Модель 3 «Оценка качества в трех аспектах»
<ul style="list-style-type: none"> – единые стандарты производственного процесса; – результаты деятельности соответствуют плановым показателям; – доступность потребителям информации о продукте 	<ul style="list-style-type: none"> – экономичность; – результативность; – эффективность 	<ul style="list-style-type: none"> – в соотношении с другими предприятиями (бенчмаркинг); – в динамике; – в сравнении с плановыми показателями

Рис. 3. Модели оценки качества предприятия

Анализ показателей обычно производится в трех аспектах:

1. в сопоставлении с другими предприятиями;
2. в динамике;
3. в сравнении с целевыми (планируемыми) показателями.

Альтернативным подходом к оценке качества продукции выступает «управленческий подход», в котором предлагается использовать три группы показателей:

1. экономичность (минимизация затрат);
2. результативность (достижение поставленных целей);
3. эффективность (оптимизация результатов деятельности по отношению к использованным ресурсам).

Особенность «управленческого подхода» заключается в том, что для различных внутриорганизационных уровней управления устанавливаются собственные критерии оценки качества и процедуры сбора и обработки информации и принятия решений [3].

Принятие системы качества управления конкурентоспособностью должно быть стратегическим решением высшего руководства предприятия. Чтобы предприятие функционировало результативно, необходимо идентифицировать многочисленные взаимосвязанные виды его деятельности и эффективно осуществлять их менеджмент. Подход, при котором идентифицируются процессы, протекающие внутри организации, и анализируется их взаимодействие, будем по терминологии называть «процессным подходом» [3]. С точки зрения процессного подхода деятельность, использующая ресурсы и управляемая в целях обеспечения способности трансформации «входов» в «выходы», рассматривается как единый процесс некоторой системы $U = (u_1, u_2, \dots, u_n)$, где u_i – некоторый локальный процесс системы U (рис. 4).



Рис. 4. Операционное преобразование входов системы в товар

Преимуществом процессного подхода является непрерывность управления, которое он обеспечивает в точках перехода между отдельными процессами внутри системы процессов, а также при их сочетании и взаимодействии.

Причем, как правило, «выход» одного процесса напрямую формирует «вход» следующего процесса (рис. 5).

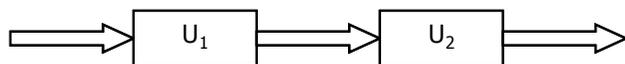


Рис. 5. Условия преобразования «входа» в «выход»

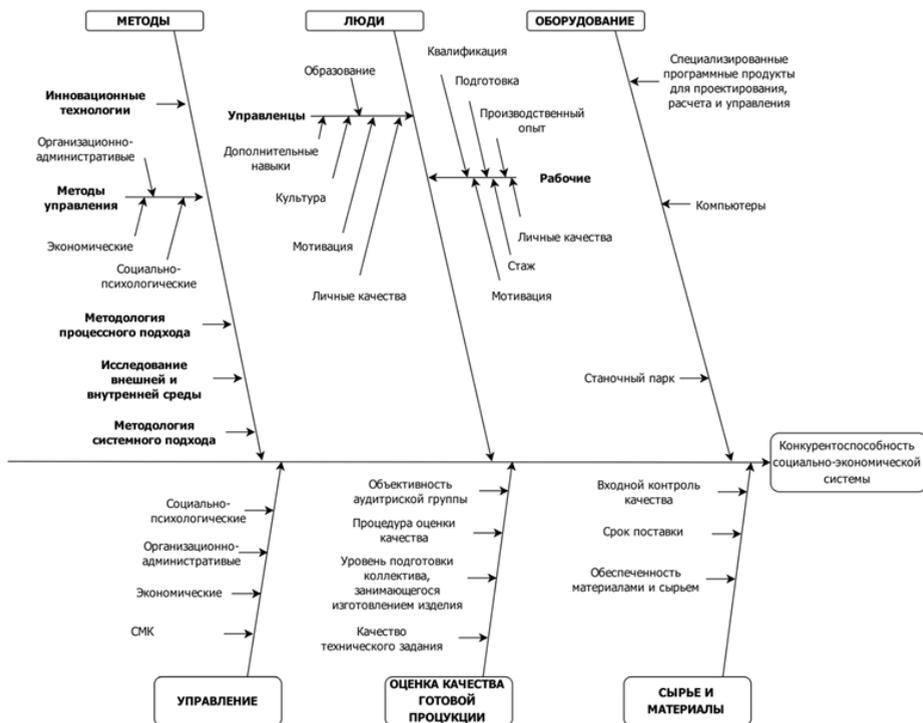


Рис. 6. Структура причин и результатов, влияющих на конкурентоспособность

Модель системы управления конкурентоспособностью, с точки зрения процессного подхода, иллюстрирует принципиальную связь между процессами в системе предприятий. Рис. 2 иллюстрирует, что заинтересованные стороны, то есть заказчики – руководство предприятий, играют значительную роль в определении требований, идентифицируемых в качестве «входа». «Выход» системы – это оценка заказчиками степени выполнения предприятием требований.

Заключение

В концепции менеджмента качества при определении критериев уровня качества предлагается использовать комплексный подход. Понятие «качество» может интерпретироваться как абсолютное, так и относительное.

Как понятие абсолютное качество – это наивысший стандарт, который невозможно превзойти. Как понятие относительное качество имеет два аспекта [3]. Первый – это соответствие стандартам, второй – соответствие запросам потребителя. Анализ уровня качества готовой продукции также может рассматриваться с двух точек зрения: эффективности и результативности. Эффективность готовой продукции понимается нами как результат достижения целей по организации процесса производства и оценивается в показателях качества производственных услуг; результативность подготовки – это результат достижения целей производства. Задачей организационного проектирования оценки качества является формирование рациональной организационной структуры, соответствующей тем требованиям, которые предъявляет современный рынок. Организационное проектирование в современных условиях представляет собой совокупность методов, ориентированных на достижение определенного результата.

При определении факторов и параметров, влияющих на качество, уместно вспомнить схему Исикавы [2], диаграмму причин и результатов. Она состоит из показателя качества, характеризующего результат, и факторных показателей (рис. 6).

Список источников

1. Джуран Д. *Все о качестве: Зарубежный опыт*. Вып. 2: Высший уровень руководства и качество. Москва, Изд-во стандартов, 1993.
2. Исикава К. *Японские методы управления качеством*. Москва, Экономика, 1998.
3. Ищенко И.В. *Формирование стратегии управления конкурентоспособностью промышленных предприятий*. Дисс. Мичуринск-наукоград, 2010.
4. Фасхиев Х.А. Оценка экономической эффективности качества и конкурентоспособности изделий // *Вестник машиностроения*, 2000, no. 10, с. 59-66.
5. Фатхутдинов Р.А. *Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент*. Москва, Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002.
6. Фатхутдинов Р.А. *Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление*. Москва, ИНФРА-М, 2000.

PARAMETERS OF PRODUCTS COMPETITIVENESS FROM THE PERSPECTIVE OF QUALITY

Udovychenko Alexander Ivanovich, Dr. Sc. (Econ.)

Ishchenko Igor Vladimirovich, Cand. Sc. (Econ.)

Voronezh State University, University sq., 1, Voronezh, Russia, 394006;

e-mail: aiu@pochtamt.ru, ishenko@ya.ru

Purpose. The article is devoted to issues of the linkages between competitiveness and quality. **Discussion.** The authors identify the relationship of competitiveness and quality parameters. The issues of quality and competitiveness become crucial for Russian enterprises that contributes to the apparent increase of interest in the strategic business issues. We think that solution to the problem of quality is an integral part of the development strategy, and implementation of a quality management system should be started from determining the place of this system in the company's overall strategy. **Results.** The authors have suggested using of Ishikawa's scheme; diagram of causes and effects, as a tool for management of competitiveness.

Keywords: ishikawa diagram, process approach, quality strategy.

Reference

1. Dzhuran D. *Vse o kachestve: Zaru-bezhnyi opyt. Vyp. 2: Vysshii uroven' rukovodstva i kachestvo.* Moscow, Izd-vo standartov, 1993. (In Russ.)
2. Isikava K. *Japonskie metody upravleniia kachestvom.* Moscow, Ekonomika, 1998. (In Russ.)
3. Ishchenko I.V. *Formirovanie strategii upravleniia konkurentosposobnost'iu promyshlennykh predpriatii.* Diss. Michurinsk-naukograd, 2010. (In Russ.)
4. Faskhiev Kh.A. Otsenka ekonomicheskoj effektivnosti kachestva i konkurentosposobnosti izdelii. *Vestnik mashinostroeniia*, 2000, no. 10, pp. 59-66. (In Russ.)
5. Fatkhutdinov R.A. *Konkurentosposobnost' organizatsii v usloviakh krizisa: ekonomika, marketing, menedzhment.* Moscow, Izdatel'sko-knigotorgovyi tsentr «Marketing», 2002. (In Russ.)
6. Fatkhutdinov, R.A. *Konkurentosposobnost': ekonomika, strategii, upravlenie.* Moscow, INFRA-M, 2000. (In Russ.)