

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ МАРКЕТИНГУ

УДК 658.562.6.012

В. Г. АКОПОВА

Донецкий национальный технический университет

ИССЛЕДОВАНИЕ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ/УСЛУГ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Проблеми багатьох підприємств полягають у тому, щоб розробити організаційно-економічний механізм управління, спрямований на забезпечення якості продукції / послуг з урахуванням усіх факторів, що впливають на ефективність підприємства. Сучасні підприємства різних типів виробництва працюють в постійно мінливих ринкових умовах і намагаються найбільш оптимально використовувати різні фактори, які сприяють підвищенню не тільки іміджу і статусу підприємств, але і підвищують зростання діяльності ефективних підприємств за допомогою успішної реалізації своєї продукції / послуг.

The problems of many enterprises is to develop organizational and economic management mechanism aimed at ensuring the quality of products / services, taking into account all factors affecting the efficiency of the enterprise. Modern enterprises of various types of production, working in a constantly changing market conditions, and trying best to use a variety of factors that enhance not only the image and status of the enterprises, but also increase the growth of efficient enterprises with the successful implementation of products / services.

Ключові слова: фактори, ефективність, управління, якість, продукція, підприємство, конкурентоспроможність.

Факторы, влияющие на эффективность предприятия, обеспечивают высокий уровень качества продукции/услуг, повышая тем самым, не только имидж предприятия, но и развитие экономики всего предприятия. В производственном процессе к качеству продукции/услуг предъявляют различные требования. В первую очередь, это строгое соблюдение норм международных стандартов и технической дисциплины, что обеспечивает надежность, безопасность и безотказность в эксплуатации. Научные разработки в этом направлении позволяют частично решить экономические вопросы в области управления качеством продукции/услуг, что является важным инструментом повышения эффективности предприятий.

Эффективность управления качеством продукции/услуг, безусловно, мотивируется исследованием факторов, которые влияют в целом на обстановку и условия функционирования всего предприятия. Комплексность факторов обуславливает возникновение различных проблемных ситуаций. Изучение различных проблемных ситуаций позволяет обосновать основную причину возникновения и дальнейшее воздействие проблем на деятельность предприятия.

В работе А.В. Игнатьевой и М.М. Максимцова представлено, что экономическая стабильность организации, ее выживаемость и эффективность деятельности в условиях рыночных отношений неразрывно связаны с ее непрерывным совершенствованием и развитием (внутренние факторы). При этом, совершенствование организации должно осуществляться по принципу адаптации к внешней среде (внешние факторы). Сегодня четко прослеживаются факторы, определяющие необходимость постоянного совершенствования и адаптации организации, а именно:

- 1) рынок сбыта производимой или продаваемой продукции и вида услуг;
- 2) рынок поставщика или рынок потребителя исходных материалов, энергии, товаров и услуг;
- 3) финансовый рынок;
- 4) рынок труда;
- 5) окружающая природная среда.

Без учета этих факторов невозможно планировать стратегию развития [1].

Таким образом, преимущественные достижения любого предприятия обусловлены в стремительной приспособленности по отношению к изменениям внешней среды, то есть к внешним факторам. Удерживать предприятие в постоянном функционировании с учетом требований внешней среды (внешних факторов) является особенностью организационно-экономического механизма управления. Учитывая то, что механизм управления должен функционировать непрерывно, развивая тем самым эффективность и производительность предприятия, является не возможным без исследования определенных факторов.

Для наиболее тщательного и детального исследования факторов, влияющих на эффективность управления качеством продукции/услуг предприятий, прежде всего, необходимо определить цели и подцели. Четко и грамотно сформулированная стратегическая цель предприятия, а также подцели функционирования самого предприятия позволяют проанализировать факторы, благоприятствующие целедостижению.

В современных условиях любое предприятие функционирует с потребителями, поставщиками, конкурентами, законодательными и общественными организациями и прочими. Учитывая все свои интересы, предприятия для реализации стратегической цели должны действовать с учетом всех заинтересованных сторон и быть социально ориентированными на результаты своей деятельности. Прежде всего, это необходимо для повышения эффективности управления качеством продукции/услуг на предприятиях, так как эффективность является указателем для деятельности всего предприятия.

Управление качеством продукции – методы и деятельность, используемые для удовлетворения требований качества, в том числе проектно-конструкторских и контрактных требований [2].

Классификация факторов эффективности предприятия на группы и подгруппы должна соответствовать жизненному циклу изготовления продукции/услуг. В теории управления существуют разные модели классификации факторов, в одной из которых факторы разделяют на внешние и внутренние. Внешние факторы – это те, которые в краткосрочном плане не могут быть объектами контроля или влияния со стороны руководства предприятия, то есть обслуживание потребителей и удовлетворение спроса. Внутренние факторы – это те, которые находятся под контролем руководства предприятия и на которые оно должно оказывать влияние, то есть повышение эффективности и производительности компании.

Следовательно, внутренние факторы чаще всего находятся под управлением администрации и корректируются с целью повышения эффективности предприятия. Внешние факторы, в отличие от внутренних, ни как не могут находиться под управлением и представляют интерес для администрации предприятия с целью побуждения конкретных действий предприятия для эффективного функционирования.

В работе И. Прокопенко и К. Норта [3] изложен универсальный инструмент организации обучения, цель которого – развитие умения управлять процессами повышения эффективности и качества. Одновременно авторы акцентирует внимание на средствах разработки и осуществления конкретных программ (локальных или всеобъемлющих), способствующих повышению эффективности и качества на реальных предприятиях. Авторы уточняют, что «факторы проектирования организаций – это параметры внешней и внутренней среды, которые необходимо учитывать при создании проекта организационной структуры». Поскольку факторы внешней среды по-разному влияют на предприятие их разделяют на прямые и косвенные факторы.

Наиболее подробно на рис. 1 представлена схема основных факторов, влияющих на эффективность управления всего предприятия.



Рис. 1. Схема основных факторов, влияющих на эффективность управления всего предприятия

Следовательно, из представленного выше рис. 1, наглядно видно, что факторы взаимосвязаны, то есть любые изменения одного фактора могут по-разному отразиться и повлиять на противоположные факторы. Согласно рисунку основные факторы разделяются на внутреннюю и внешнюю среду. Внутренняя среда подразделяется на внутренние переменные, а внешняя среда на прямые и косвенные факторы. Рассмотрим и проанализируем более подробно каждый из представленных факторов внутренней и внешней среды в отдельности.

Прежде рассмотрим внутреннюю среду, которая представлена в виде взаимосвязанных между собой внутренних переменных и акцентирует внимание на следующих факторах:

1. Стратегические цели предприятия – оформляются в письменном виде с установлением сроков для целенаправленного менеджмента и планирования в основных направлениях деятельности предприятия. Достижение стратегических целей возможно либо нейтральным путем, либо путем взаимодополнения. То есть, если цели предприятия независимы, а достижение одной из них не влияет на другую, то эти цели считаются нейтральными. Если две цели взаимосвязаны, а достижение одной из них облегчает достижение другой, то эти цели взаимодополняющие [5].

2. Задачи и функции предприятия – неотъемлемая часть эффективного функционирования рентабельного предприятия. Задача предприятия – это предписанная работа, которая должна быть выполнена установленным способом и в установленные сроки. Каждая определенная должность на предприятии включает в себя ряд задач, которые необходимо выполнить для достижения стратегических целей предприятия. Функции предприятия конкретизируются и уточняются в зависимости от размера предприятия, отраслевой принадлежности, формы собственности, степени специализации и кооперирования, наличия коммерческой и социальной инфраструктуры. В век бурного роста инноваций и нововведений задачи и функции предприятия становятся все более и более детальными и специализированными [5].

3. Структура предприятия – отображается в виде графической схемы, определяет распределение ответственности и полномочий внутри организации. Иерархически упорядоченные организационные единицы представляются в структуре предприятия в виде элементов, посредством которых процесс труда сначала разделяется на отдельные рабочие задачи, а затем достигается координация действий по решению задач [5].

4. Технологии и оборудование предприятия. Каждая отдельная задача, существующая на предприятии, может быть весьма сложной и углубленной. В связи с этим при решении различных задач возрастает необходимость применения новейшей технологии и оборудования, которые становятся ключевыми факторами получения предприятием устойчивого конкурентного преимущества при ведении бизнеса. Технология в широком смысле – объем знаний, которые можно использовать для производства товаров и услуг из экономических ресурсов. Оборудование – совокупность механизмов, машин, устройств, приборов, необходимых для работы производства [5].

5. Персонал предприятия – личный состав организации, работающий по найму. Персонал работает на обеспечение стратегических целей предприятия. Понимание и управление человеческим ресурсом на предприятии является наиболее сложной составляющей всего процесса управления и зависит от многих факторов. Перечислим некоторые из них:

1. Способности и потребности человека.
2. Восприятие или как люди реагируют на окружающие их события.
3. Ценности или общие убеждения личности.
4. Влияние среды на личность или на группы.
5. Управленческое лидерство [5].

Теперь рассмотрим внешнюю среду, которая разделяется на прямые и косвенные факторы, но являются взаимодополняющими и взаимосвязанными между собой. Рассмотрим каждый из факторов в отдельности.

К прямым факторам относятся следующие:

1.1 Экономический фактор – это фактор в экономической окружающей среде, который должен постоянно оцениваться, так как состояние экономики влияет на цели предприятия и способы их достижения. Этот фактор может представлять либо угрозу, либо новую возможность для предприятия. Так, колебания курса доллара относительно валют других стран могут стать причиной обретения или потери крупных сумм денег [6].

1.2 Политический фактор – это фактор, от которого зависит уровень притока инвестиций и другого рода ресурсов в определенный регион, так как для отношений административных органов власти для бизнеса имеет большое значение политическая стабильность в обществе [6].

1.3 Международный фактор. Ранее считалось, что международная среда является объектом внимания только тех предприятий, которые работают на экспорт, теперь изменения в мировом сообществе затрагивают практически все предприятия. В современном мире присутствует тенденция глобализации рынка. Следовательно, стираются границы между бизнесом в различных странах, развиваются транснациональные корпорации, все большее влияние имеют международные экономические и политические организации [6].

1.4 Социально-культурный фактор – это фактор, который учитывает культурную среду и на этой основе базируется стандарт поведения. Известно принципиальное отличие американского и японского стандартов. Американский стандарт поведения выражен в «индивидуалистическом подходе» и основан на поэтапном карьерном росте с регулярной сменой мест работы. Японский стандарт поведения выражается в «семейном подходе», то есть сотрудники относятся к предприятию и руководителю как к чему-то близкому и родному, работая на одном предприятии долгое время [6].

1.5 Научно-технический прогресс – этот фактор определяет возможность повышать эффективность производства, а, следовательно, эффективность способов удовлетворения потребителей. Для того чтобы организация могла быть конкурентоспособной, необходимо собирать, хранить и распределять большие объемы информации о новациях, возникающих в среде деятельности [6].

К косвенным факторам относятся:

2.1 Потребители. Значение этого фактора очевидно для бизнеса, так как все многообразие внешних факторов находит отражение в потребителе и через него влияет на стратегию предприятия. Необходимость

удовлетворения потребностей покупателей влияет на взаимодействия предприятия с поставщиками. Важное значение приобретают в современных условиях и различные ассоциации и объединения потребителей, оказывающие влияние не только на спрос, но и на имидж предприятий [5].

2.2 Поставщики – очевидный для бизнеса фактор, так как с точки зрения системного подхода предприятие является механизмом управления, который осуществляет жизненный процесс по выпуску продукции/услуг. Поставщик обеспечивает всем необходимым для выпуска качественной и востребованной продукции. Всех поставщиков можно разделить на несколько групп – поставщик материалов, поставщик оборудования, поставщик капитала и прочего [5].

2.3 Конкуренты. Влияние на предприятие такого фактора, как конкуренция невозможно оспаривать. Руководство каждого предприятия четко понимает, что если не удовлетворять нужды потребителей так же эффективно, как это делают конкуренты, предприятию долго не продержаться на плаву. Во многих случаях не потребители, а как раз конкуренты определяют, какого рода результаты деятельности можно продать и какую цену можно запросить. Недооценка конкурентов и переоценка рынков приводят даже крупнейшие компании к значительным потерям и кризисам [5].

2.4 Трудовые ресурсы – это фактор, который с помощью уровня образования, квалификации и этики, деловых и личных качеств персонала (самостоятельность, компетентность, ответственность за выполняемую работу и прочее) влияет на улучшение деятельности предприятия [5].

2.5 Законы и государственные органы – фактор, акцентирующий внимание на том, что многие законы и государственные учреждения по-разному влияют на предприятия. Каждое предприятие имеет определенный правовой статус, который определяет, как предприятию вести свои дела и какие оплачивать налоги. Как бы ни относилось руководство к этим законам, ему приходится придерживаться их или пожинать плоды отказа от законопослушания в форме штрафов или даже полного прекращения бизнеса [5].

Рассмотренные факторы внутренней и внешней среды можно представить в отдельности, в виде таблицы (табл. 1), определив их влияние на эффективность деятельности всего предприятия.

Таблица 1

Факторы внутренней и внешней среды, влияющие на эффективность деятельности предприятия

№	Среда воздействия	Наименование фактора	Предназначение факторов
1.	Внутренняя среда (внутренние переменные)	Стратегические цели	К стратегическим целям относятся: - управление качеством продукции/услуг; - обеспечение рентабельности предприятия; - повышение конкурентоспособности предприятия.
		Задачи и функции предприятия	К задачам предприятия относятся: - задачи по работе с людьми; - задачи по работе с сырьем, инструментами и т. п.; - задачи по работе с информацией. К функциям предприятия относятся: - изготовление продукции для производственного и личного потребления в соответствии с профилем предприятия и спросом на рынке; - продажа и поставка продукции потребителю; - послепродажное обслуживание продукции; - управление и организация труда персонала на предприятии; - снижение удельных издержек и рост объема производства на предприятии; - внесение обязательных и добровольных взносов и осуществление платежей в бюджет; - соблюдение действующих стандартов, нормативов.
		Структура предприятия	К структуре предприятия относятся: - распределение ответственности и полномочий внутри предприятия; - расположение подчиняемости, структурные подразделения, должностные позиции; - отображение в виде графической схемы.
		Технологии и оборудование предприятия	К технологиям предприятия относятся: - сфера продаж (как наиболее оптимально реализовать произведенный товар); - сфера сбора информации (как наиболее грамотно и с меньшими затратами собрать необходимую для управления предприятием информацию); - прочее. К оборудованию предприятия относятся: - совокупность механизмов и машин; - устройства и биотехнологии, необходимые для функционирования предприятия.
		Персонал предприятия	К персоналу предприятия относятся: - поведение индивидов; - поведение людей в группах; - характер поведения руководителя и прочее.

№	Среда воздействия	Наименование фактора	Предназначение факторов
2.1	Внешняя среда, микросреда (прямые факторы)	Экономические факторы	К экономическим факторам относятся: - темпы инфляции и стоимости валют; - торговый и платежный баланс; - статистика занятости и безработицы населения; - микрокредитование и кредитование предприятий малого и среднего бизнеса; - определение ставки дисконтирования.
		Политические факторы	К политическим факторам относятся: - установление различных льгот; - таможенные пошлины; - лоббирование интересов определенных предприятий в правительственных учреждениях, что также оказывает влияние на весь бизнес в целом.
		Социокультурные факторы	К социокультурным факторам относятся: - культура и этика в жизни человека; - жизненные ценности и традиции; - жизненные позиции и приоритеты.
		Международные факторы	К международным факторам относятся: - транзакционные издержки ведения бизнеса в других странах; - стремление уйти от торговых ограничений, валютного и экспортного контроля внутри страны; - инвестиционные процессы других стран; - производственные возможности других стран; - информационно-аналитическая деятельность; - защита прав интеллектуальной собственности.
		Научно-технический прогресс	К научно-техническому прогрессу относятся новые технологии обработки ресурсов и информации: - компьютерная и офисная техника; - современная лазерная техника; - спутниковые системы связи и вещания; - достижения в геномной инженерии и биотехнологии; - достижения в биоинформатике и биотехнологии.
2.2	Внешняя среда, макросреда (косвенные факторы)	Потребители	Потребители (люди и компании), которые покупают продукты/услуги или пользуются ими для своих нужд.
		Поставщики	Данный фактор можно разделить на: - материалы и изделия; - оборудование и комплектующие; - энергия и элементы питания; - капитал и ссудный процент; - эффективное использование рабочей силы.
		Конкуренты	Данный фактор можно разделить на: - сотрудники и группы людей; - фирмы и компании; - организации и предприятия; - товары и услуги.
		Трудовые ресурсы	Данный фактор можно разделить на: - уровень профессионального образования; - подготовленность к качественному выполнению конкретных видов работ, определяемая наличием знаний, умений, навыков и опыта (квалификация); - трудовой стаж; - опыт работы; - личные и деловые качества.
		Законы и государственные органы	Данный фактор можно разделить на: - косвенное влияние через налоговую систему, государственную собственность и бюджет; - прямое влияние через законодательные и нормативные акты.

Таким образом, получается, что факторы являются одними из основных ресурсов производственной деятельности предприятия и экономики в целом, а также представляют движущую силу экономических и производственных процессов, которые оказывают влияние на результат эффективного управления всего предприятия. Управление предприятием, в свою очередь, является деятельностью по координации различных ресурсов предприятия с целью воздействия на объект для достижения требуемого результата. Следовательно, такой вид управления предприятием целесообразно рассматривать как управление предприятием по целям для достижения запланированного результата.

Учитывая то, что факторы внешней среды являются причиной многих проблем для руководителей предприятий, то целесообразным решением данной проблемы для многих предприятий является применение предложенной теории И. Адизеса. «Ключ успеха в управлении организацией – это умение сосредоточиться на решении проблем, которые присущи данной стадии жизненного цикла организации, так, чтобы она смогла развиваться дальше...» – утверждает автор [7]. Его теория основана на двух наиболее

значительных факторах, которые влияют на жизненный цикл предприятия:

- 1) гибкость (ловкость)
- 2) контроль (управление).

Любое предприятие в процессе функционирования сталкивается с определенными трудностями и проблемами. Крупные и значительные предприятия концентрируют свою деятельность на контроле (управлении), но, к сожалению, понижают гибкость (ловкость). Молодые и неопытные предприятия, наоборот обладают гибкостью (ловкостью), но в недостаточной мере осуществляют контроль (управление) в деятельности предприятия. Таким образом, руководству предприятий как малого, так и крупного бизнеса необходимо постоянно осуществлять мониторинг с целью постоянного наблюдения и введения корректирующих действий в жизненный цикл продукции предприятия. Жизненный цикл продукции – определенный период времени, в течение которого продукция обладает жизнеспособностью на рынке и обеспечивает достижение инновационных целей предприятия [8].

Е.Н. Кучерова утверждает, что внешние и внутренние факторы определяющим образом влияют на конкурентоспособность продукции (услуг), обосновывая это тем, что конкурентоспособность зависит от рассмотренных выше факторов. Основой оценки конкурентоспособности является изучение рыночных условий, которое должно проводиться постоянно как до начала разработки новой продукции, так и в ходе ее реализации. Однако факт высокой конкурентоспособности самого изделия является лишь необходимым условием реализации этого изделия на рынке в заданных объемах. Следует также учитывать формы и методы технического обслуживания, наличие рекламы, торгово-политические отношения между странами и т.д. [9].

Таким образом, из выше проведенного анализа следует, что внутренние и внешние факторы оказывают влияние на жизненный цикл продукции. Иначе говоря, в нашем случае исследуемые факторы влияют на эффективность управления качеством продукции/услуг на предприятиях и заблаговременно способствуют решению многочисленных проблем, которые свойственны всем стадиям жизненного цикла предприятия. Значимость и ценность факторов как внешней, так и внутренней среды при управлении качеством продукции/услуг на предприятиях заключается в обеспечении достижений инновационных целей предприятия, для расположения на экономическом рынке качественной продукции/услуг в наиболее длительный период времени.

Литература

1. Игнатъева А. В. Исследование систем управления : [учеб. пособие для вузов] / А. В. Игнатъева, М. М. Максимцов – М. : Изд-во «ЮНИТИ-ДАНА», 2000. – 346 с.
2. Юн Г. Б. Словарь по антикризисному управлению. / Г. Б. Юна, Г. К. Таля, В. В. Григорьева. – М. : Изд-во: «Дело», 2003. – 160 с.
3. Прокопенко И. Управление эффективностью и качеством : модульная программа в 2-х частях, Ч. 1 / И. Прокопенко, К. Норт. – М. : Изд-во «Дело», 2001. – 238 с.
5. Борисов А. Б. Большой экономический словарь. / Борисова А. Б. – М. : Изд-во «Книжный мир», 2003. – 227 с.
6. Ямпольская Д. О. Менеджмент / Д. О. Ямпольская, М. М. Зонис – СПб : Изд-во «Нева», 2005.
7. Адизес И. К. Управление жизненным циклом корпорации / Адизес И. К. ; [пер. с англ. ; под науч. ред. А. Г. Сеферяна]. – СПб : Изд-во «Питер», 2007 – 257 с.
8. Зуб А. Т. Стратегический менеджмент. Теория и практика : [учебное пособие для вузов] / Зуб А. Т. – М. : Изд-во «Аспект Пресс», 2002. – 347 с.
9. Кучерова Е. Н. Факторы, влияющие на качество продукции / Образовательный сайт Кучеровой Е. Н. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.kucherova.ru/factor_kachestvo_produkcii/index.html

Надійшла 18.10.2010