

Укрепление конкурирующих позиций предприятия посредством менеджмента качества

Лариса А. Корчагова

*Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, Россия, lakor@rggu.ru*

Дмитрий А. Кузнецов

ООО МЛТ, Дубна, Россия, 9954723@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы управления качеством как значимой детерминанты повышения конкурентоспособности предприятий. Отмечается, что, несмотря на многочисленные исследования, понятие качества применительно к продукции и услугам претерпевает изменения по мере общественного развития. Также авторами сформулировано определение конкурентоспособности предприятия, учитывающее его многоаспектность, и выделены его основные индикаторы. В статье говорится о том, что внедрение системы менеджмента качества значительно способствует повышению конкурентоспособности предприятий и их продукции и делает возможным их выход на международные рынки, способствует усилению их экспортной активности. Однако и существующие системы менеджмента качества нуждаются в постоянном совершенствовании и обновлении в соответствии с изменяющимися условиями и требованиями окружающей среды. Делается вывод, что повышение конкурентоспособности предприятий в современных рыночных условиях за счет повышения качественной составляющей позволит укрепить позиции на внутреннем рынке, расширить рынки сбыта, выйти на международные рынки и создать высокую удовлетворенность качеством потребителей продукции.

Ключевые слова: менеджмент качества, конкурентоспособность, качество продукции, стратегии управления качеством, рынки сбыта

Для цитирования: Корчагова Л.А., Кузнецов Д.А. Укрепление конкурирующих позиций предприятия посредством менеджмента качества // Наука и искусство управления / Вестник Института экономики, управления и права Российского государственного гуманитарного университета. 2021. № 4. С. 44–53. DOI: 10.28995/2782-2222-2021-4-44-53

Strengthening the competing positions of the enterprise through quality management

Larisa A. Korchagova

*Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia,
lakor@rggu.ru*

Dmitrii A. Kuznetsov

*Limited liability company MLT, Dubna, Russia,
9954723@mail.ru*

Abstract. The article discusses the issues of the quality management as a significant determinant of improving the enterprises competitiveness. It is noted that despite numerous studies, the concept of quality in relation to products and services is undergoing changes with social development. The authors also formulated a definition of the enterprise competitiveness, taking into account its multidimensional nature, and highlighted its main indicators. The article says that the introduction of a quality management system significantly contributes to the enterprises and their products competitiveness what makes it possible for them to enter international markets, contributes to the strengthening of their export activity. However, the existing quality management systems also need constant improvement and updating in accordance with the changing conditions and the environment requirements. It is concluded that increasing the enterprises competitiveness in modern market conditions by upgrading the quality component will allow strengthening their positions in the domestic market, expand sales markets, enter international markets and create high satisfaction with the quality among consumers of products.

Keywords: quality management, competitiveness, product quality, quality management strategies, sales markets

For citation: Korchagova, L.A. and Kuznetsov, D.A. (2021), "Strengthening the competing positions of the enterprise through quality management", *Science and Art of Management / Bulletin of the Institute of Economics, Management and Law of the Russian State University for the Humanities*, no. 4, pp. 44–53, DOI: 10.28995/2782-2222-2021-4-44-53

Проблема конкурентоспособности носит универсальный характер и затрагивает практически все субъекты хозяйствования, осуществляющих свою деятельность в разных сферах и отраслях деятельности. Развитие промышленности и рынка является основой стабильности и сбалансированности производства и обращения продуктов и, следовательно, одним из элементов, обеспечивающих

национальную безопасность страны и прогрессивное состояние экономики. В современных условиях вопрос повышения конкурентоспособности предприятий и выпускаемой ими продукции является весьма актуальным.

В настоящее время происходит ужесточение конкуренции среди хозяйствующих субъектов, что обусловлено рыночной экономикой, циклическими кризисами, непрогнозируемыми вызовами в виде пандемии, растущим числом предприятий и организаций в одном сегменте, внедрением инновационных технологий, позволяющих повышать уровень технологического производства, усиливающимися требованиями к качеству продукции и услуг. Многие предприятия разрабатывают систему мероприятий с целью улучшения качества своей продукции для повышения конкурентоспособности в стремительно меняющейся среде.

Тем не менее, несмотря на исследования и усилия по повышению качества, возможности повышения конкурентоспособности предприятий за счет улучшения качественной составляющей являются предметом исследований для работы на современном рынке [Lakhal, Pasin, Limam 2006]. Большинство проведенных исследований показали, что улучшение качества выпускаемой продукции ведет к лучшим результатам деятельности предприятий, а следовательно, усилению их конкурентных преимуществ по сравнению с аналогичными предприятиями, функционирующими в той же области [Дыкман 2016].

Качество оказывает прямое влияние на результативность производственной деятельности предприятий и косвенное воздействие на производительность за счет создания конкурентных преимуществ. С 1970-х гг. качество стало целью большинства предприятий в США и западных стран, и большинство организаций потратило значительные средства на мероприятия по повышению качества, чтобы добиться безупречного производства. В конце XX в. конкуренция еще более возросла. Для российских предприятий проблема эффективного управления качеством также является одним из важнейших приоритетов их развития. Руководство преимущественного числа предприятий считает качество своим приоритетом и сосредоточилось на возможностях его повышения, чтобы успешно конкурировать с другими организациями.

Высокий уровень качества продукции и услуг обеспечивает повышение эффективности предприятия, например улучшает его финансовые и маркетинговые показатели, тем самым предоставляя предприятию конкурентные преимущества.

Исследователи определяют качество с двух точек зрения: с производственных позиций и маркетинговых. Со стороны производства

они определили качество в двух разных концепциях. Первая – качество, в котором основное внимание уделяется особенностям продукции, отвечающим потребностям заказчика [Нуретдинова, Степанова, Бояркина 2018]. Вторая – качество соответствия, которое фокусируется на том, соответствует ли организация требованиям ГОСТов, проектным спецификациям.

С точки зрения маркетинга качество определяется в двух отличающихся понятиях: объективное и воспринимаемое качество [Фасхиев 2014]. Первое – это качество объективное, относящееся к продуктам, которые считаются отличными с технической точки зрения. Его значение должно быть постоянным. Вторая концепция – качество восприятия, которое основано на том, как потребитель оценивает уровень качества продукции. Ценность второй концепции варьируется от одного потребителя к другому.

Поэтому вопрос качества становится важнейшим компонентом достижения конкурентоспособности в предоставлении продуктов своим потребителям. В связи с этим важным вопросом является то, как именно предприятие создает и реализует систематические взаимосвязи процессов и систему управления качеством как часть своего общего механизма управления. Это причина, по которой руководство предприятий принимает стратегическое решение о внедрении системы менеджмента качества для повышения своей конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках, что является сложным процессом, требующим детальной подготовки и коллективного участия [Kutnjak, Mirković 2019].

Ключевые направления применения системы управления качеством основываются на выполнении следующих бизнес-задач:

- 1) улучшение технологических и бизнес-процессов, логистики, качества продукции;
- 2) увеличение расходов на продвижение продукции предприятия как фактора увеличения доли рынка;
- 3) повышение рыночной репутации (имиджа) предприятия и продукции;
- 4) сохранение устойчивости достигнутых бизнес-результатов и внедренных технологических инноваций.

Внедрение системы менеджмента качества значительно способствует повышению конкурентоспособности предприятий и их продукции и делает возможным их выход на международные рынки, способствует усилению их экспортной активности. Качество продукции, основанное на рациональном и эффективном управлении технологическими и маркетинговыми процессами, в целом составляет основные конкурентные предпосылки. Необходимо улучшить и обеспечить выполнение системы менеджмента качества на

предприятиях. Деловая практика подтверждает, что менеджмент качества системы чаще интегрируется в крупные компании, и определенные преимущества внедрения качества системы управления гораздо более выражены на предприятиях, которые, внедряя эти системы, достигают значительных внутренних и внешних конкурентных преимуществ.

Понятие качества является широким и интерпретируется неоднозначно. Для его полной интерпретации теоретические взгляды на качество разделяются на две группы:

- управленческие перспективы;
- критические точки зрения.

С управленческих позиций качество интерпретируется как явление, которым можно управлять, в то время как критические точки зрения выводятся через социологические и эконометрические исследования. В ряде случаев преобладание цены в потребительском анализе является ключевым фактором достижения конкурентоспособности, в то время как относительно лабораторного медицинского оборудования фактор цены не является определяющим, и на первое место выходят качественные критерии. В данном случае необходимо анализировать иные составляющие, касающиеся производственно-технологического цикла, особенно управление качеством. Таким образом, качество потребительского опыта становится одной из ключевых стратегических целей предприятия и детерминирующим фактором его конкурентоспособности.

Учитывая все перечисленные аспекты, нами было сформулировано следующее определение конкурентоспособности предприятия. *Конкурентоспособность предприятия* – это способность предприятия производить и продавать продукцию, отвечающую всем установленным требованиям и являющуюся привлекательной по цене, качеству и другим неценовым характеристикам по сравнению с аналогичной продукцией конкурентов на внутреннем и внешнем рынках. Основными индикаторами привлекательности продукции являются показатели объема продаж предприятия и его рыночной доли.

Внедрение системы качества в функции улучшения технологических и бизнес-систем происходит все чаще, поэтому необходимо систему менеджмента качества подвергать постоянному анализу с целью поиска путей ее совершенствования. Достижение удовлетворительного уровня качества участвует в улучшении всех сегментов бизнес-процессов, в то время как их улучшение приводит к удовлетворению потребностей всех групп, заинтересованных в достижении, поддержании и сохранении достигнутого уровня качества. Промышленные предприятия, которые делают

ставку на качество продукции, обеспечивают долгосрочную конкурентоспособность.

На предприятиях должна быть внедрена интегрированная система качества, и значительное внимание должно уделяться контролю качества на стадии разработки, тестирования, производства и контроля качества продукции, которая постоянно совершенствуется. Команда контроля качества отвечает за тестирование и обеспечение того, чтобы все вспомогательные вещества, упаковка, материалы и производимая продукция соответствовали утвержденным техническим условиям.

Ключевая ответственность за качество в современных компаниях возлагается на службу департамента по качеству, который отвечает за соблюдение всех нормативных требований системы качества, осуществляет контроль на всех этапах производства и организует сертификацию продукции уполномоченным лицом. Наличие такого отделения не снижает роль и ответственность других сотрудников, а является центральным звеном в многофункциональной цепочке управления качеством – от разработки продуктов до доставки потребителю.

Система менеджмента качества является основным фактором, благодаря которому конкурентоспособность динамично повышается. При этом основные направления постоянного развития системы менеджмента качества следующие:

- интеграция управления качеством с другими специализированными системами управления;
- автоматизация процессов сбора информации;
- внедрение информационных технологий в управленческие процессы для повышения вовлеченности сотрудников в производственно-технологические циклы;
- тесная интеграция индивидуальных целей сотрудников с общими целями компании;
- модернизация оборудования;
- вложения инвестиций в создание и разработку, расширение линейки новых продуктов.

В современной глобальной экономике качество производимой продукции включено в общее социальное развитие и экономический рост, создание валового внутреннего продукта (ВВП). Проблемы менеджмента качества являются ключевыми и для производителей медицинского лабораторного оборудования. Что касается высокой доли предприятий, выпускающих качественное лабораторное медицинское оборудование, в общем количестве компаний с учетом количества сотрудников и доли в экспортной ориентации вопрос их существования, а также их рыночной доли и конкурентоспособности

в глобальной окружающей среде имеет первостепенное значение для национальной экономики Российской Федерации.

Для производителей медицинских изделий внедрение требований системы менеджмента качества по международному отраслевому стандарту ISO 13485-2017 является обязательным в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 15 сентября 2020 г. № 1445. Также для экспортеров медицинских изделий в страны Европейского союза Европейской Комиссией в 2017 г. был разработан и введен Регламент ЕС 2017/745 (Regulation EC 2017/745), известный также как Medical Devices Regulation (MDR). Данный Регламент в мае 2020 г. должен был заменить текущие европейские директивы – Директиву 93/42/ЕЕС (для медицинских изделий – Medical devices directive (MDD)) и Директиву 90/385/ЕЕС (активные медицинские имплантируемые устройства – Active implantable medical devices Directive). Поскольку 2020 год стал периодом массовой изоляции, вызванной инфекцией COVID-19, полный переход на MDR был перенесен на май 2021 г.

Внедрение систем менеджмента качества для производителей медицинских изделий лучше всего реализуется на средних и крупных предприятиях, где присутствует большое число бизнес-процессов, которые необходимо контролировать, а также численный состав сотрудников которых превышает более 100 человек. Однако практики внедрения систем менеджмента качества показывают, что и на малых предприятиях возможна реализация требований международного отраслевого стандарта ISO 13485-2017 и Регламента ЕС 2017/745 (для экспортеров).

Благодаря современному подходу к управлению качеством российские предприятия, выпускающие медицинское лабораторное оборудование, неуклонно повышают эффективность и результативность производственной деятельности и охватывают новые рынки своей продукцией. В доказательство вышесказанному рассмотрим опыт российского предприятия, функционирующего в данной отрасли.

Одним из таких предприятий является Общество с ограниченной ответственностью МЛТ (ООО МЛТ), которое экспортирует производимое ими медицинское лабораторное оборудование за рубеж. ООО МЛТ является дочерним предприятием ООО ЭМКО, входящим в Группу компаний ЭМКО (ГК ЭМКО). Предприятие – резидент ОЭЗ «Дубна». Основные направления работ связаны с клинической лабораторной диагностикой, в частности с разработкой и производством приборов и реагентов для исследования процесса свертывания крови, а также – с приборами и реагентами для осуществления фиксации и окраски микроскопических препа-

ратов (для гематологии, цитологии, микробиологии, паразитологии, гистологии).

Основная продукция предприятия:

- автоматы фиксации и окраски мазков крови;
- анализаторы показателей гемостаза;
- наборы реагентов (красителей) для окраски гинекологических препаратов.

Одним из стратегических направлений данного предприятия стало расширение рынков сбыта продукции. Продвижение отечественной продукции на внешние рынки представляется возможным при наличии сертифицированной системы менеджмента качества. В рамках реализации проекта по внедрению системы менеджмента качества был сформирован отдел менеджмента качества и сертификации, а также рабочая группа по качеству.

Результатом проекта стала сертифицированная система менеджмента качества, отвечающая всем требованиям стандарта ISO 13485-2017. В рамках проекта были определены и документально описаны бизнес-процессы предприятия, назначены ответственные и исполнители. Для каждого процесса определены критерии оценки эффективности и результативности. Например, для процесса управления персоналом целевыми значениями результативности являются обеспеченность персоналом, количество незаполненных вакансий в штатном расписании, отсутствие брака и потерь, связанных с недостаточностью навыков и знаний работников. При анализе было выявлено, что предприятие обеспечено персоналом на 100%, незаполненные вакансии в штатном расписании отсутствуют, количество брака, связанное с недостаточностью навыков, – 0.

Внедрение системы менеджмента качества способствовало повышению эффективности работы предприятия по всем направлениям деятельности. Благодаря этому предприятие смогло начать поставки в зарубежные страны.

ООО МЛТ в целях продвижения своей продукции участвует в отраслевых выставках, в частности в Международной выставке “MEDICA” в г. Дюссельдорфе (Германия). Благодаря участию в данной выставке к продукции предприятия был проявлен огромный интерес со стороны ряда зарубежных компаний, а также были найдены зарубежные партнеры. Это дало возможность реализовывать продукцию на международном рынке, в том числе на Европейском. Первая компания из Германии, производящая реагенты и работающая с 70-х гг. прошлого века. Вторая компания из Индии – один из крупнейших производителей реагентов для лабораторной диагностики в Индии. В настоящее время с компанией подписан контракт и поставлена первая партия автоматов окраски.

Таким образом, в рыночных условиях каждая компания-производитель продукции вынуждена формировать конкурентную стратегию и тактику поведения в деловой среде с целью повышения конкурентоспособности продукции и деятельности. Наличие на предприятии эффективного менеджмента качества является важнейшим условием по достижению целей предприятия, связанных с повышением его конкурентоспособности и завоеванием новых рынков. Учитывая стремление к интеграции в мировую экономику, предприниматели должны сосредоточить внимание на изменении целей глобального вектора развития в области менеджмента качества как источников развития предприятия. В связи с этим мы можем сделать вывод о преимуществах системного подхода в управлении качеством, который обеспечивает повышение уверенности потребителей в качестве и безопасности производимой продукции, а также повышение репутации производителей качественной и безопасной продукции и, как следствие, расширение рынка.

Литература

- Дыкман 2016 – Дыкман Е.С. Роль качества в повышении конкурентоспособности предприятия // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2016. № 5 (64). С. 17–21.
- Нуретдинова, Степанова, Бояркина 2018 – Нуретдинова Ю.В., Степанова В.А., Бояркина А.А. Качество продукции как основа конкурентоспособности предприятия // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2018. № 5-2. С. 174–178.
- Фасхиев 2014 – Фасхиев Х.А. Как оценить и управлять качеством и конкурентоспособностью товаров и услуг // Маркетинг в России и за рубежом. 2014. № 3. С. 88–102.
- Kutnjak, Miljenović, Mirković 2019 – Kutnjak G., Miljenović D., Mirković A. Improving Competitiveness of Small and Medium-Sized Enterprises with the Application of Quality Management System // Scientific Journal of Maritime Research. 2019. № 33. P. 11–21
- Lakhal, Pasin and Limam 2006 – Lakhal L., Pasin F., Limam M. Quality management practices and their impact on performance // International Journal of Quality & Reliability Management. 2006. № 23. P. 625–646.

References

- Dykman, E.S. (2016), "The role of quality in increasing the competitiveness of an enterprise", *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo social'no-ekonomicheskogo universiteta*, no. 5 (64), pp. 17–21.

- Faskhiev, H.A. (2014), "How to evaluate and manage the quality and competitiveness of goods and services", *Journal of Marketing in Russia and Abroad*, no. 3, pp. 88–102.
- Kutnjak, G., Miljenović D. and Mirković, A. (2019), "Improving Competitiveness of Small and Medium-Sized Enterprises with the Application of Quality Management System", *Scientific Journal of Maritime Research*, no. 33, pp. 11–21.
- Lakhal, L., Pasin, F. and Limam, M. (2006), "Quality management practices and their impact on performance", *International Journal of Quality & Reliability Management*, no. 23, pp. 625–646.
- Nuretdinova, Yu.V., Stepanova, V.A. and Boyarkina, A.A. (2018), "Product quality as the basis of the company's competitiveness", *Mezhdunarodnyj zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk*, no. 5-2, pp. 174–178.

Информация об авторах

Лариса А. Корчагова, кандидат экономических наук, доцент, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125047, Россия, Москва, Миусская пл., д. 6; lakor@rggu.ru

Дмитрий А. Кузнецов, Общество с ограниченной ответственностью МЛТ, Дубна, Россия; 141981, Россия, Московская обл, г. Дубна, ул. Технологическая, д. 7; 9954723@mail.ru

Information about the authors

Larisa A. Korchagova, Cand. of Sci. (Economics), associate professor, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya Square, Moscow, Russia, 125047; lakor@rggu.ru

Dmitrii A. Kuznetsov, Limited liability company MLT, Dubna, Russia; bld. 7, Technologicheskaya Street, Dubna, Moscow region, Russia, 141981; 9954723@mail.ru