

СИГНАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ ВНЕДРЕНИЯ ISO 9001 КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В КОМПАНИИ

SIGNALING EFFECT OF ISO 9001
AS A FACTOR IN THE EFFECTIVENESS
OF THE IMPLEMENTATION
OF A QUALITY MANAGEMENT SYSTEM
IN THE COMPANY

E. Smolenova

Annotation

The article discusses the features of effective implementation of ISO 9001. Shows the role of certification in the enterprises as the main instrument for reporting on progress level of quality to its customers, accompanied by the reduction of transaction costs. Analyzed key trends and institutional aspects of the implementation of the quality management system ISO 9000.

Keywords: Quality Management System, ISO 9001 standard, effect, transaction costs, quality, certification, performance evaluation.

Смоленова Екатерина Олеговна
Магистрант каф. "Менеджмента
в энергетике и промышленности"
ФГБОУ ВПО "Национальный
исследовательский университет "МЭИ"

Аннотация

В статье рассматриваются особенности эффективного внедрения ISO 9001. Показана роль сертификации на предприятиях как основного инструмента для сигнализирования о достигнутом уровне качества своим клиентам, сопровождающаяся снижением транзакционных издержек. Проанализированы основные тенденции и институциональные аспекты внедрения системы менеджмента качества ISO 9000.

Ключевые слова:

Система менеджмента качества, стандарт ISO 9001, эффект, транзакционные издержки, качество, сертификация, оценка эффективности.

Сигнальный эффект сертификата проистекает из характеристик стандарта ИСО серии 9000 как института, который является инструментом снижения транзакционных издержек, ограничивающих взаимовыгодное сотрудничество компании с авторами институциональной среды, уменьшения неопределенности в этих взаимоотношениях и смягчения информационной асимметрии. В новой институциональной экономической теории транзакционные издержки трактуются как фактор, необходимый для спецификации предмета сделки и контроля за выполнением ее условий. Транзакционные издержки, связанные с функционированием системы менеджмента качества, охватывают затраты, которые возникают на всех этапах ее жизненного цикла, а именно, при разработке, документировании, внедрении, поддержании в рабочем состоянии, постоянном улучшении результативности. Эти затраты относятся к информационным и коммуникационным процессам, которые сопутствуют выработке стратегического решения компании о создании СМК, разработке соответствующих планов и организации их выполнения, налаживанию контактов, ведению переговоров, заключению договоров и контролю за их выполнением, пересмотру условий сделок, разрешению спорных вопросов. Т.М. Фишер перечисляет

следующие наиболее важные позиции транзакционных издержек, связанных с управлением качеством в цепях поставок: поиск клиентов, переговоры, обеспечение интересов сторон, процесс обмена, контроль, адаптация, корректировка субоптимальных договорных условий, ослабление стратегических позиций.

Увеличение транзакционных издержек происходит в силу ограниченной рациональности и оппортунизма экономических субъектов. Институты, формируя устойчивую структуру экономических взаимодействий, тем самым способствуют уменьшению неопределенности в сделках и сокращению транзакционных издержек. Создавая систему менеджмента качества, удовлетворяющую требованиям стандарта ИСО 9001 (т.е. соблюдая зафиксированные в нем как институте нормы и правила) компания получает возможность упорядочить сложную систему внутренних и внешних взаимодействий, уменьшить неопределенность путем "демонстрации своей способности всегда поставлять продукцию, отвечающую требованиям потребителей и соответствующим обязательным требованиям". Подобная демонстрация выполняет сигнальную функцию: она призвана раскрыть заинтересованным сторонам ненаблюдаемую извне достоверную информацию о достижениях компании в управлении качеством.

Инструментом сигнализирования выступает сертификат ИСО 9001. Для уяснения его сигнального эффекта важно понятие рыночного сигнала. В трактовке Дж. Стиглица это информация для участников рынка о качестве услуг или товаров. М. Спенс подчеркивает значение рыночного сигнала как механизма, позволяющего продавцам и покупателям устранять информационную асимметрию, которая, как показал Дж. Акерлоф, имеет негативные последствия и для поставщиков, и покупателей. На фундаментальных идеях в теории экономической информации и сигнальной теории, высказанных Дж. Акерлофом, М. Спенсом и Дж. Стиглицем, строится аргументация, приводимая исследователями сигнального эффекта сертификата ИСО 9001. Как отмечает Т. Конти, сертификация ИСО 9000 появилась в ответ на потребность рациональным образом решать проблемы, связанные с качеством, в договорных отношениях компаний между собой или с органами государственной власти. Сертификация представляет собой публичный акт, который делает доступной внешним сторонам информацию о внедрении СМК, выполненном в соответствии с требованиями стандарта ИСО 9001. В противоположность этому внедрение системы без последующей ее сертификации остается внутрифирменным событием. Фактически сертифицированная компания в отличие от несертифицированной способствует уменьшению негативных последствий асимметричного распределения информации между участниками рынка, которое появляется из-за их оппортунистического поведения, значительной удаленности друг от друга или культурных различий между ними, высокого уровня технологического и товарного многообразия в отрасли. Указывая на эффекты по снижению трансакционных издержек и информационной асимметрии, связанные с сертификацией, Р.Э. Коул считает, что она может использоваться фирмами в качестве основного инструмента для сигнализирования о достигнутом уровне качества своим клиентам. Компания, сумевшая использовать сигнальный потенциал сертификации, получает возможность проникнуть на новые, в том числе иностранные, рынки, увеличить реализацию своей продукции, повысить конкурентоспособность. Причем можно предположить, что эти позитивные внешние эффекты будут тем больше, чем сильнее асимметрия информации на рынке.

Примеры сигнального эффекта сертификации анализируются во многих исследованиях. Авторы свидетельствуют, что сертификация позволяет уменьшить информационную асимметрию между поставщиками и потенциальными покупателями, приводят доводы в подтверждение способности сертификатов ИСО 9001 сигнализировать об особых, но остававшихся непубличными до получения сертификатов достижениях компании соответственно в области управления качеством.

В сигнальной модели М. Спенса, где не существует равновесия, при котором плохо работающие (или все) поставщики проводят сертификацию, поскольку в такой си-

туации не обеспечивается надёжность сигнала. Действительно, если целью сертификации является достоверное разграничение высоко- и низко-квалифицированных поставщиков, заинтересованность в сертификации должны проявлять, прежде всего, высококвалифицированные. При условии, что сертификация системы менеджмента в высокоэффективных компаниях требует меньших организационных усилий и затрат, а покупатели готовы заплатить премию более эффективным поставщикам, последние будут мотивированы к проведению сертификации, чтобы сигнализировать с помощью сертификата о своей высокой эффективности. Вместе с тем в работе показано, что принятию решения о проведении сертификации предшествует анализ информационных потребностей и стратегий поведения других авторов. Многие авторы утверждают, что в большей степени склонны к сертификации те компании, которые предвидят нехватку информации у своих потенциальных партнеров по обмену или опасаются их приспособленческого поведения.

Существует эмпирически подтвержденное значение сертификации по стандарту ИСО 9001 как фактора снижения информационной асимметрии в цепях поставок, а также получение, благодаря этому фактору, конкурентного преимущества сертифицированными фирмами. Используя панель данных за 11 лет по промышленным предприятиям США при исследовании влияния сертификации ИСО 9000 на уровень конкурентного преимущества, авторы установили, что компании растут быстрее после сертификации и что эффект роста больше в тех отраслях экономики, где покупатели сталкиваются с более сильными затруднениями при получении информации о поставщиках. Это отрасли со значительными нематериальными активами, такими, как R&D и реклама. Особо отмечается, что сертификация увеличивает возможности роста компании-поставщика, когда покупатель сталкивается с проблемой доступности информации о многочисленных поставщиках и сложностями в идентификации их квалификации.

Та же проблема асимметричной информации, но с особым акцентом на международных цепях поставок, анализируется в работах других авторов. Показано, что возникающие в международной торговле лингвистические, культурные, регуляторные, организационные барьеры могут быть снижены, благодаря сигнальному эффекту сертификата ИСО 9001, позволяющему покупателям уменьшить затраты на поиск информации об иностранных поставщиках и на оценку их квалификации. Формируемые сертификацией эффективные коммуникации между компаниями из разных стран обеспечиваются свойством сертификата, которое определяется как "общий язык", международно признанный, одинаково понимаемый на мировом и национальных рынках. При этом, сертификат сигнализирует об исключительных, но ненаблюдаемых характеристиках компании, может обеспечить ей конкурентное преимущество и рост продаж.

М. Потоски и А. Пракаш акцентировали внимание на

проблеме информационной асимметрии особого рода, с которой сталкиваются фирмы из развивающихся стран: на мировых рынках потребители отождествляют качество товаров этих фирм с плохой репутацией страны его происхождения. В таком случае, по мнению исследователей, возникает особая актуальность сигнального эффекта сертификата ИСО 9001. Авторы заключают, что производителям из развивающихся стран труднее сигнализировать о качестве своей продукции и что международный стандарт ИСО серии 9000 облегчает им эту задачу, поскольку действует как инструмент, уменьшающий информационную асимметрию и способствующий развитию международной торговли.

Стандартизация – это получение весомых преимуществ от применения стандарта ИСО серии 9000 и сертификации фирмами из развивающихся стран, где слабые институты и несовершенная информационная инфраструктура препятствуют эффективному функционированию рынков. Фирмы, работающие в странах со слабыми институтами, испытывают несоразмерные препятствия при заключении сделок с потенциальными торговыми партнерами из-за информационной асимметрии и репутационных рисков. В частности, из-за необходимости заверить партнеров в надежности и кредитоспособности значительно увеличиваются трансакционные издержки на стадиях ведения переговоров и заключения контрактов. Авторы исследований считают логичным, что в подобных обстоятельствах фирмы-поставщики из развивающихся стран будут использовать сигнальный эффект сертификата ИСО 9001 не только для доказательства своей эффективности, но и для убеждения иностранных покупателей в своей надежности, приверженности уважению контрактных правил и процедур. Данные исследования подтверждают, что сильный позитивный сигнал рынку, направленный сертификатом, в дальнейшем приводит к улучшению экономических показателей поставщика.

Таким образом, исследования, посвященные сигнальному эффекту сертификация, подтверждают, что сертификат ИСО 9001 позволяет компании открыто продемонстрировать заинтересованным сторонам заслуживающую доверия информацию о своих организационных характеристиках и достижениях, которые в отсутствие сертификации остались бы недоступными. Подобная информационная доступность создает возможность для сертифицированной компании получить преимущество в сравнении со своими несертифицированными конкурентами, так как сертификация вознаграждается рынком. Это может быть как неценовая награда в виде репутационного преимущества и статуса привилегированного поставщика, так и ценовая премия, размер которой зависит от степени готовности потребителей платить более высокую цену в сравнении с ценой конкурентов или средней ценой покупки. Оба вида вознаграждения формируют мотивацию компаний к проведению сертификации. При этом важно отметить, что обоснованность рыночной награды гарантирована доверием заинтересованных сто-

рон к процедуре сертификации и сертификату ИСО 9001. По сути, сертификат служит гарантией того, что компания не просто способна минимизировать риск поставки некачественной продукции, но уверена в высоком уровне качества этой продукции. Как отмечал Дж. Стиглиц, "качество гарантии, предоставляемой фирмой, может передавать информацию о качестве продукции; хорошую гарантию будут готовы предложить только те фирмы, которые уверены в надежности своей продукции. Гарантия желательна не только потому, что она снижает риск, но и потому, что она обеспечивает передачу информации".

Свойство гаранта достоверности передаваемой информации сертификат приобретает по итогам сертификационного аудита (аудит третьей стороной). Этот аудит, выполняемый независимой сертифицирующей организацией, призван уменьшить риск недостоверности информации, сообщаемой о себе компанией. В то же время следует заметить, что случаи недобросовестно или некомпетентно проведенного аудита подрывают доверие к самому институту сертификации и сертификату ИСО 9000 как институциональному средству для уменьшения трансакционных издержек и снижения последствий асимметрии информации.

Анализ институционального контекста формирования внутренней мотивации компании к внедрению СМК ИСО 9000 и внешних появлений сигнального эффекта сертификата ИСО 9001 позволяет заключить следующее.

1. Стандарт ИСО серии 9000 как формальный международный институт, во-первых, систематизирует нормативные управленческие правила, приемы и алгоритмы их внедрения, разработанные Международной организацией по стандартизации и широко распространенные среди компаний мира; во-вторых, предусматривает проведение сертификации, которая позволяет компании достоверно сообщать об использовании этих приемов в форме сигнала, признанного на мировых рынках.

2. Мотивация компании к внедрению СМК ИСО 9000 вырабатывается под влиянием институционального давления со стороны разных групп авторов, представляющих государство и участников рынка. Компании из стран с переходной экономикой, которые действуют в относительно слабой институциональной среде, вынуждены активнее, чем их конкуренты из развитых стран, доказывать свой статус надежного поставщика; для чего – реагировать на институциональное давление принятием решения о внедрении и сертификации СМК.

3. Сертификат ИСО 9001 предоставляет компании возможность уменьшить информационную асимметрию во взаимодействии со своими партнерами. Это происходит, поскольку сертификат доносит до них информацию о предпринятых в процессе внедрения СМК усилиях по критическому анализу, адекватной оценке и усовершенствованию всей производственной и управленческой деятельности, приводящих к сокращению затрат и росту эффективности. Принимая решение о внедрении СМК и последующем получении сертификата, компания исходит, во-первых, из своих предположений о реакции парт-

неров на информационную асимметрию, во-вторых, из оценки соотношения затрат и выгод, связанных с внедрением и сертификацией СМК.

4. Компания добивается усиления своей конкурентной позиции на рынке, благодаря использованию сертификата ИСО 9001 для сигнализирования внешнему окружению о достигнутом уровне в управлении качеством. Залогом полезности сертификата как рыночного сигнала служит высокий уровень доверия к нему на национальном и международном рынках. Благодаря этому, компания, применившая стандарт ИСО 9000 и получившая внутренние выгоды организационного и экономического характера от внедрения СМК, извлекает дополнительную – рыночную – выгоду от сертификации, недоступную конкуренту – несертифицированной компании.

Проведенный анализ основных тенденций и институциональных аспектов внедрения СМК ИСО 9000 приводит к следующим выводам.

1. В условиях обостряющейся конкуренции важным фактором успеха компании на рынке становится внедрение системы менеджмента качества, отвечающей требованиям серии стандартов ИСО 9000. Методологически СМК ИСО 9000 базируется на принципах, которые воплотили в себе концепции ученых – основоположников философии качества и технологии менеджмента качества. Хотя внедрение СМК не подразумевает обязательной сертификации, сам факт ее прохождения призван продемонстрировать внешнему окружению достижения компании в области качества и таким образом способствует получению конкурентных преимуществ.

2. Более чем четверть вековая история серии стандартов ИСО 9000 демонстрирует ее чрезвычайную международную популярность и устойчивую позитивную ди-

намику распространения в мире, которая фиксируется Международной организацией по стандартизации.

3. Развитие менеджмента качества в России неоднородно. С одной стороны, присутствует высокая степень заинтересованности российских компаний во внедрении и последующей сертификации СМК ИСО 9000, в последние годы – интенсивный рост числа сертифицированных компаний. С другой стороны, эта заинтересованность зачастую не столько воплощается в долгосрочной деятельности по постоянному совершенствованию всех процессов компании в соответствии с принципами управления качеством, сколько, во-первых, транслирует стремление руководства получить сертификат ИСО 9001 для достижения тактического маркетингового эффекта; во-вторых, реализуется формально в деятельности, скорее имитирующей, а не исполняющей требования серии ИСО 9000.

4. В результате институционального анализа обстоятельств внедрения СМК показано, что стандарт ИСО 9000 представляет собой институт с децентрализованным механизмом инфорсменты. По степени формализации – это формальный институт, по области действия – общий, по источникам происхождения – международный. Выводы, полученные в ходе институционального анализа, позволяют разработать методологию эмпирического исследования, согласно которой факт внедрения СМК фиксируется по наличию у предприятия актуального сертификата ИСО 9001, воздействие различных факторов на решение компании о внедрении СМК анализируется в ориентации на возможную связь институционального давления и принятия стандарта ИСО 9000, а базис для анализа эффектов внедрения СМК определен, исходя из признания сигнального эффекта сертификата ИСО 9001.

ЛИТЕРАТУРА

1. Винарик В.А. Мотивирующие факторы и эффекты внедрения системы менеджмента качества (на примере предприятий России и стран с переходной экономикой): дисс. ... канд. экономических наук. – Москва, 2014. – 186 с.
2. Ефимов В.В. Статистические методы в управлении качеством продукции: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 340100 "Управление качеством" / В. В. Ефимов, Т. В. Барт. – М.: КноРус, 2006.
3. Коноплев С.П. Управление качеством: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 252 с.
4. Миндлин Ю.Б. Управление системой качества на предприятии сферы услуг // Тренды и управление. – 2013. – № 1. – С. 111–114.
5. Морковкин Д.Е. Методика оценки эффективности функционирования промышленного комплекса региона // Экономика. Налоги. Право. – 2011. – № 6. – С. 81–94.
6. Морковкин Д.Е. Промышленный комплекс региона как объект управления // Микроэкономика. – 2010. – № 5. – С. 97–101.
7. Морковкин Д.Е. Организационное проектирование системы управления знаниями // Образовательные ресурсы и технологии. – 2013. – № 2. – С. 74–80.
8. Незамайкин В.Н. Юрзинова И.Л. Априорная оценка последствий финансовых решений, принимаемых при планировании деятельности организации // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2011. – № 2. – С. 65–68.
9. Шумаев В., Морковкин Д. Импортзамещение как стратегическое направление инновационно-индустриального развития экономики России // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2014. – № 4. – С. 123–126.
10. Шумаев В.А., Морковкин Д.Е., Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Организационно-экономические аспекты управления инновационным развитием промышленности // Механизация строительства. – 2015. – № 3 (849). – С. 53–59.