

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

Класс Е.А. Оценка ориентации на потребителя предприятий, использующих методы бережливого производства // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2017. – № 04 (апрель). – АРТ 77-эл. – 0,2 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>

РУБРИКА: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК: 332.1

Класс Евгения Александровна

студентка 4 курса, факультета
корпоративной экономики и
предпринимательства

Научный руководитель: Лапшова Л.Н., к.т.н.,
доцент

НГУЭУ «НИНХ»

г. Новосибирск, Российская Федерация

e-mail: jacksklass@mail.ru

Оценка ориентации на потребителя предприятий, использующих методы бережливого производства

Аннотация: в данной статье проведена оценка ориентации на потребителя предприятий, использующих методы бережливого производства. При этом оценка была проведена с использованием процедуры потребительского бенчмаркинга.

Ключевые слова: бережливое производство, потребитель, качество.

KlassEvgenia

4th year student, faculty

Corporate Economics and Business

Supervisor: Lapshova LN, PhD, Assistant Professor

NSUEM

Novosibirsk, Russian Federation

e-mail: jacksklass@mail.ru

Assessment of customer orientation of enterprises using lean manufacturing methods

Abstract: In this article, an assessment of the consumer orientation of enterprises using lean manufacturing methods was carried out. At the same time, the assessment was carried out using the procedure of consumer benchmarking.

Keywords: lean production, consumer, quality.

На сегодняшний день представляется актуальным процесс внедрения концепции бережливого производства в практику работы российских компаний. За рубежом данная концепция активно используется многие годы. Благодаря богатой практике внедрения и убедительным результатам деятельности компаний, бережливое производство привлекло внимание российского топ-менеджмента. Однако, в России данный процесс находится на стадии становления, и вопрос внедрения данной методики остается открытым. Именно поэтому нужно определить, что необходимо для внедрения бережливого производства на предприятие.

Бережливое производство – концепция управления производственным предприятием, основанная на постоянном стремлении к устранению всех видов потерь. Бережливое производство предполагает вовлечение в процесс оптимизации бизнеса каждого сотрудника и максимальную ориентацию на потребителя, [2].

Компании, добивающиеся близости к потребителю, отличаются следующим:

- высокой степенью технологической маневренности;
- высокой степенью дифференцирования продукции;

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

- лучшей системой изучения и учета потребностей покупателей;
- лучшей системой планирования качества продукции и услуг;
- искусной политикой цен;
- готовностью нести расходы на индивидуализацию своей продукции.

Для достижения всех вышеперечисленных показателей необходимо определить требования потребителей. Фундаментальный принцип исследования поведения потребителя состоит в том, что его поведение подвержено изменению, но потребитель «король», независим в выборе и все время повышает планку по удовлетворению своих потребностей.

На современном этапе для большого круга компаний к приоритетной относится концепция ориентации на потребителя. «Ориентацию на потребителя сопровождает активная деятельность по обновлению продукции, т.е. её модернизации, модификации и усовершенствованию с целью обеспечения высокой степени дифференциации. Для её реализации компания должна обладать высокой технологической маневренностью, возможностями расширения ассортимента на основе изучения и учета потребностей покупателей, умением планировать качество продукции и услуг и добиваться индивидуализации своей продукции», [3, стр.175].

Индикатором ориентации компании на потребителя являются требования рынка. В сложившейся ситуации от производства должна следовать определенная реакция, выраженная соответствующими критериями исполнения [3]. Приоритеты рыночных требований последовательно изменяются в соответствии с ростом благосостояния потребителей продукции (рис.1).

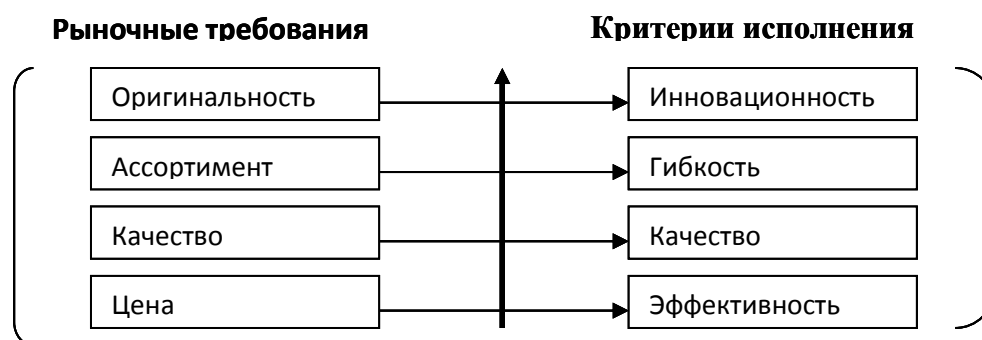


Рис. 1. Эволюция изменения приоритетов в создании новой продукции,[3].

Компании влияют на поведение потребителя, в том случае, если предлагаемое изделие или услуга отвечает ожидаемому качеству. А ожидаемое качество раскрываем через совокупность свойств, которые сведены в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнение характеристик показателей трехфазных асинхронных электродвигателей, изготавливаемых на НПО «Элсиб»ПАО, с допустимыми характеристиками, отраженными в ГОСТ 9630-80,[1].

Показатели	ГОСТ 9630-80	Предприятие
Мощность, кВт	от 250 до 3000	от 250 до 3000
Частоты сети, Гц	50, 60	50, 60
Напряжение, В	6000, 10000	6000, 10000
Частота вращения, об/мин	2973-2988	2973-2988

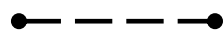
Рассмотрев основные характеристики трехфазных асинхронных электродвигателей серии АД 4, и сравнив их с нормативами значениями, можно сделать вывод о том, что на предприятии НПО «Элсиб» ПАО изготавливается качественная продукция, которая отвечает необходимым требованиям, а, следовательно, и запросам потребителей.

Определив требования потребителей, необходимо рассмотреть позицию предприятия относительно конкурентов и выявить возможности для прорывных решений в области улучшения качества продукции. Для этого можно использовать процедуру потребительского бенчмаркинга, [4]. Проанализируем с помощью матрицы оценки степень выполнения конкурентом требований потребителя. Главным конкурентом НПО «Элсиб» ПАО является ООО «РУСЭЛПРОМ», находящийся в городе Санкт-Петербург.

Пример графического образа результатов потребительского бенчмаркинга представлен в матрице оценки конкурентов в виде профиля оценки продукции по исполнению требований к её качеству.

Таблица 2 – Результаты потребительского бенчмаркинга

Требования потребителей	Важность требования	Y _i , балл				
		Не выполняется	Выполняется частично	Выполняется удовлетворительно	Выполняется хорошо	Выполняется в полной мере
Мощность	5				●	●
Частота вращения	5			●		●
Напряжение	4					●
Частоты сети	3				●	●



Оценка выполнения требований ООО «РУСЭЛПРОМ»,



Оценка выполнения требований НПО «Элсиб» ПАО

Таблица показывает, что у НПО ПАО «Элсиб» ситуация по выполнению требований потребителей лучше, чем у ближайшего конкурента. Поэтому в сложившейся ситуации необходимо поддерживать базовое качество продукции и регулярно отслеживать потребности в двигателях с соответствующими характеристиками.

Таким образом, для внедрения методов бережливого производства на предприятие необходима ориентация на постоянное повышение удовлетворенности потребителей. Это главное и приоритетное направление, определяющее эффективность деятельности компании. Качество и востребованность продукции зависит от клиентоориентированности компании. НПО ПАО «Элсиб» выстраивает свою деятельность с ориентацией на требования потребителей к продукции, соблюдая ГОСТ, выпуская качественную продукцию для тепловых, гидравлических, атомных электростанций, предприятий химической и нефтехимической промышленности и других компаний.

Список использованной литературы:

1. ГОСТ 9630-80. Двигатели трехфазные асинхронные напряжением свыше 1000 В. Общие технические условия (с Изменениями N 1, 2, 3)
2. Вумек Джеймс П., Джонс Даниел Т. Бережливое производство. Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании. — М.,: «Альпина Паблишер», 2013.
3. Фрейдина Е.В., Лапшова Л.Н., Тропин А.А. Концепции формирования качества продукции, направленные на повышение эффективности бизнеса/ Вестник НГУЭУ. 2016. № 4. С. 171-181.
4. Фрейдина Е.В. Управление качеством / учеб.пособие. М.: Омега-Л, 2013. 189 с.

Дата поступления в редакцию: 25.04.2017 г.

Опубликовано: 27.04.2017 г.

*© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник»,
электронный журнал, 2017*

© Класс Е.А., 2017