企业实施产品标准行为分析

张咸胜
(中国农业机械化科学研究院，北京 100000)

摘要：21世纪的今天，以加入WTO为标志，市场竞争更加激烈，企业为了赢得竞争优势，纷纷把实施产品标准作为竞争的有力武器。企业实施产品标准是一种基本的企业行为。文章探讨了企业实施产品标准行为的过程、特征、企业对行为的意识、行为的主体、行为的激励与约束机制等。特别给出了企业实施产品标准意识测度方法、激励模式和约束机制的内容。

关键词：企业；产品标准；实施行为
中图分类号：N65　　**文献标识码**：C　　**文章编号**：1005-6254(2004)02-0043-04

1　企业实施产品标准行为概述

企业实施产品标准行为属于企业行为的一个部分，它和企业的生产经营行为、分配行为和文化行为等一起构成了企业的整体行为。企业实施产品标准行为是一种群体行为和组织行为。

企业实施产品标准行为是一个行为过程，通常包括决策、计划、准备、实施、检验和总结评价等阶段。行为过程在一定的空间和时间内展开。对一定的产品标准项目而言，实施产品标准是分阶段顺序进行的，但对整个企业而言，实施产品标准行为的各阶段可能以各种方式平行交叉地进行，企业实施产品标准行为有它的动因和效果。

2　企业实施产品标准行为的特征

研究企业实施产品标准行为，首先要掌握企业实施产品标准行为的特征。企业实施产品标准行为是企业行为的构成部分，所以，它具有企业行为的一般特征[1]。另外，企业实施产品标准行为是与产品标准直接相关的行为，因此，它又具有自身的特征。企业实施产品标准行为具有目标性、主观能动性、整体性、环境适应性、竞争性、差异性和风险性。

企业实施产品标准行为的目标性与竞争性表明，企业实施产品标准行为对企业经营发展具有战略意义，是企业市场竞争的重要行为支撑之一，因而企业必须提高实施产品标准意识，加强实施产品标准投入。

企业实施产品标准行为的主观能动性、整体性和环境适应性表明，企业决策者与员工素质、决策方法的科学性、组织管理的系统性与柔性、信息交流与沟通的敏捷性与有效性等直接影响着企业实施产品标准行为的合理化。

企业实施产品标准行为既具有战略意义同时又存在风险，应当注意提高实施产品标准行为的决策水平，加强风险预测，采取风险防范措施，力求实施产品标准行为的正效应，减少负效应。

3　行为学分析

3.1　企业实施产品标准意识

认知形成意识，意识是行为的先导，行为受意识支配。企业要产生朝向目标共同努力的行为，就必须使全体员工具有高度明确统一的意识。在市场经济条件下，企业间的竞争表现在市场上是产品竞争，在产品优劣较量的背后实际是实施产品标准的较量。因此，强化实施产品标准意识是企业赢得竞争的重要前提。企业只有有了强烈的实施产品标准意识，才会在企业内产生人人关心企业实施产品标准工作，人人参与企业实施产品标准活动的局面。因此，如何评价企业实施产品标准意识极为重要，下面给出两种实施产品标准意识的评价方法。

3.1.1　测度群体意识法

作者简介：张咸胜(1964.9-)，男，中国农业机械化科学研究院行业技术服务中心高级工程师，副主任，从事标准研究与管理。

各种意识都会留下行为轨迹,实施产品标准行为是实施产品标准意识的表现。人们对实施产品标准的意识不同,则对实施产品标准采取的态度和行为就会不同。企业的实施产品标准行为实际上是由企业管理者到生产者的行为汇聚而成。因此，掌握企业实施产品标准意识的强弱程度,可以从测度群体的实施产品标准行为着手进行分析。

(1) 指标体系

a) 思维活动程度的测量

一定时期内,企业提出实施产品标准建议和计划的份数 X_1;

一定时期内,企业参与实施产品标准决策的人数 X_2;

b) 参与程度的测量

一定时期内,企业参加实施产品标准培训的人·小时数 X_3;

c) 实施产品标准活动程度的测量

一定时期内,企业参加实施产品标准准备的人数 X_4;

一定时期内,企业参加实施产品标准工作的人·次数 X_5;

一定时期内,企业退出实施产品标准工作的人数 X_6;

(2) 指标规范化处理

为了进行同类产品生产企业间实施产品标准意识强弱程度的横向比较,必须对各企业的统计量进行可比性处理，即进行指标规范化处理。下面采用线性变换法进行指标规范化处理。

设 X_i 为第 i 个统计指标,有 m 个企业,那么第 j 个企业的第 i 个统计量记为 X_{ij}。

设 $$X_i^{\max}=\max_j X_{ij}$$

对于正向指标,变换公式为:

$$Z_{ij}=\frac{X_{ij}}{X_i^{\max}}$$

对于逆向指标,变换公式为:

$$Z_{ij}=1-\frac{X_{ij}}{X_i^{\max}}$$

(3) 综合评价企业实施产品标准意识。

根据指标特征,采用算术加权平均法,即企业实施产品标准意识的总体评价值 Y 可由下式确定:

$$Y=a_1X_1+a_2X_2+\cdots\cdots+a_nX_n$$
$$(a_i>0, i=1,2,\cdots,n,\ \sum a_i=1)$$

式中,$X_1, X_2, \cdots, X_n$ 是经规范变换后的指标。Y 值越大,企业实施产品标准意识越强;反之,则弱。

3.1.2 多因素评价法

企业实施产品标准意识的强弱,取决于领导层重视程度、员工参与程度、企业实施产品标准的组织体系、标准体系与信息等诸多因素。这些因素既包括定量因素又有定性因素,因此可采用模糊数学[2]的多因素评价方法来评价企业实施产品标准的意识。

设评价一个企业实施产品标准意识的指标为 T。设 U 为实施产品标准意识的因素集,V 为评价值,R 为评价对象的单因素评价矩阵,则有:
U=(U_1—领导层重视程度,U_2—员工参与程度,U_3—实施产品标准的组织体系,U_4—标准体系与信息)。

设 A 为因素 U 的分配模糊子集,

$$A=(a_1,a_2,a_3,a_4)$$

显然 $$a_1+a_2+a_3+a_4=1$$

$a_i(i=1,2,3,4)$具体数值应根据实际情况由专家确定。

评价集 V=(很强,较强,一般,弱)
$=(V_1,V_2,V_3,V_4)$

R 为评价对象的单因素矩阵,

$$R=(r_{ij})_{4\times4},$$

$r_{ij}(i,j=1,2,3,4)$表示第 i 个因素作第 j 种评价的评价结果。

故综合评价模型为:

$$B=A\cdot R=(b_1,b_2,b_3,b_4)。$$

实施产品标准意识指标:

$$T=\frac{b_1+b_2}{b_1+b_2+b_3+b_4}$$

T 值越大,企业实施产品标准意识越强;反之,则弱。

3.2 企业实施产品标准行为的主体

任何行为都有其主体。实施产品标准行为主体是指在实施产品标准活动中能够自主设计实

施产品标准行为目标,自由选择实施产品标准行为方式,独立负责行为后果并获得经济利益的能动的经济有机体。

实施产品标准的决策可概括为三大层次:政府宏观决策,企业决策和个人决策。现实说明,在企业实施产品标准行为中,政府、企业和个人三大利益主体是一种客观存在,其运动方式是政府、企业、个人三个主体相互独立的自运行和彼此机制关联、功能耦合所形成的总运行的结合。三元主体下的企业实施产品标准行为呈现以下特点。

(1) 政府、企业、个人的调节机制、行为规则和行为后果决定着企业实施产品标准行为的范围和强度,企业实施产品标准现状是三个主体实施产品标准行为变量的函数,即:

$$S=f(G_B,E_B,P_B)$$

式中,S 为企业实施产品标准现状;G_B 为政府行为;E_B 为企业行为; P_B 为个人行为; f 为函数关系。

(2) 在三个行为主体的关系中,政府行为对企业与个人行为起导向作用,而企业和个人行为对政府行为可以积极响应或消极响应或不响应,以此来表示对政府行为的赞成或反对。当然,政府行为的不合理,仍会导致企业、个人的行为不合理。

(3) 在三元主体下的企业实施产品标准行为活动中,政府实施产品标准功能在于通过实施产品标准政策、体制为企业实施产品标准活动营造合理公正的外部环境,运用一定的经济法则引导企业与个人的实施产品标准行为趋向于自己的行为目标;企业可以自主地根据自身利益的需要和市场要求独立地决策自己的实施产品标准行为并对自己的行为后果负责;个人作为独立的实施产品标准行为主体,具有实施标准(项目)决策权、人事权,而且自身收入的多少与实施标准效果的好坏相关。

3.3 企业实施产品标准行为的激励机制

企业实施产品标准行为同其他行为一样需要激励,建立健全实施产品标准行为的激励机制,有利于企业实施产品标准行为合理化。企业实施产品标准行为是动机行为,而动机则是由未满足的需要引起的,是一种升华至足够强度的需要,所以,对企业实施产品标准行为的激励,应立足于企业实施产品标准行为主体的需要,这应该是激励的起点。

组织行为学[3]认为:工作绩效=能力×激励;在能力不变的情况下,工作绩效的大小,完全取决于激励程度的高低。因此,对于企业实施产品标准行为,国家、企业应积极采取激励措施,以提高企业、个人实施产品标准的积极性,促进企业实施产品标准行为的合理化。

根据马斯洛的需要层次理论,企业的管理者应在充分了解企业实施产品标准员工重大需要和迫切需要的基础上,采取有效的激励,调动员工实施产品标准的积极性。企业为了实现实施产品标准目标,按照赫茨伯格的双因素理论,除保证企业员工具有良好工作条件、融洽人际关系,稳定收入和安全以及个人生活所需的条件外,还必须给实施产品标准的人员安排具有挑战性的任务、加强责任感、赋予权力,提供升职机会,并对成绩突出者给予奖励,这样才能够组织并调动员工积极性。根据佛隆的期望理论,为使激发力量达到最佳,在设置实施产品标准目标时,必须保持企业实施产品标准目标与员工个人目标的一致性。

综合各种激励理论[4],本文设计了如下企业实施产品标准行为的激励模式:

(1)明确每位员工的需要,降低保健因素的影响,并要有激励。激励是指利用在物质、感情和精神上获得的满足,来激发员工的实施产品标准行为动机;

(2)通过成功的激励,使员工焕发出高度的积极性,努力工作,提高实施产品标准的效益;

(3)由于员工努力而产生良好的实施产品标准绩效;

(4)根据实施产品标准绩效的大小,进行奖励或惩罚;

(5)奖励或惩罚是否公平合理,又会影响人们满足的程度;

(6)员工满足程度反过来又可以变成新的激励因素,促使员工去努力工作而产生新的实施产品标准绩效。

如此循环反复,以至无穷……

该模式将有利于企业获得较好的实施产品标准绩效。

3.4 企业实施产品标准行为的约束机制

为了使企业实施产品标准行为走上健康的轨道、发挥更好的积极作用,必须建立企业实施

产品标准行为的约束机制。约束主要表现在以下4个方面。

(1)对实施产品标准投入行为的约束。

企业应确保实施产品标准投入的力度,对不投入、少投入或对投入的盲目使用、投入的不配套,应给予约束。

(2)对实施产品标准决策行为的约束。

企业应提高实施产品标准决策的正确性,避免盲目性与随意性,对轻率决策、盲目决策(非科学、非民主决策),个人专断决策给予约束。

(3)对产品标准贯彻执行行为的约束。

企业应在产品设计、生产制造和监督检验过程中,严格执行产品标准,国家要通过适当的政策、法规和手段约束企业的产品标准贯彻执行行为,凡达不到强制性产品标准要求的产品不得进入市场。

(4)对实施产品标准风险防范行为的约束。

对企业忽视风险、忽视风险防范的实施产品标准行为应予约束。企业应该建立实施产品标准风险预警系统,通过对实施产品标准活动效益的评价、风险预测,采取防范措施,有效地分散、回避实施产品标准风险,减少风险损失。

对企业实施产品标准行为进行约束的手段有以下4个方面。

(1)政策法规约束。

国家应从法律、法规的角度对实施产品标准主体行为进行约束与限制,合则奖,违则惩。

(2)奖酬约束。

人们在激励的状态下工作比在惩罚的状态下工作效果要好的多。奖酬约束是对实施产品标准行为最好的约束方式。

(3)制度约束。

国家应建立健全企业实施产品标准行为的管理制度。目前,我国实行的产品质量抽查监督制度、重要产品生产许可证制度等,均是较为有效的制度约束手段。

(4)职业道德约束。

对实施产品标准人员进行道德教育,使其实施产品标准行为不辱使命、不投机取巧,脚踏实地以自己的智力劳动为社会创造财富。

总之,对实施产品标准行为约束,既可以是法律的、制度的、社会舆论等的外部约束,也可以是利益的、名誉的、道德的内部约束。内部约束应该是企业实施产品标准行为约束的主要方式,但外部约束又是必不可少的。

参考文献:

[1] 李必强,等. 企业科技行为导论[M]. 北京:经济管理出版社,2001.3.

[2] 杨伦标,高英仪. 模糊数学原理及其应用[M]. 广州:华南理工大学出版社,1992.

[3] 纽斯特罗姆(Newstrom,J.W.)和戴维斯(Davis,K.). 组织行为学:工作中的人类行为[M]. 北京:经济科学出版社,2000.4.

[4] 闫思进. 质量行为管理及激励理论与模式[J]. 世界标准化与质量管理,2001(12).

Study on the Enterprise Application the Product Standard Behavior

ZHANG Xian-sheng

(Chinese Academy of Agricultural Mechanization Sciences, Beijing 100083, China)

Abstract: In 21st century, especially, after China accessed to the World Trade Organization (WTO), the market competition is more furious than before. In order to win an advantage of the competition, more and more enterprises come to realize that apply product standard is a powerful tool for market competition. Enterprise apply product standard is a basic enterprise behavior. This paper depicts the behavior process, behavior characteristics, behavior consider, behavior subjects and motivating and controlling mechanize of the enterprise application the product standard behavior, then establishes the evaluating methods of the enterprise application the product standard consciousness and the model and content of the motivating and controlling mechanize.

Key words: enterprise; product standard; apply behavior