

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«Тамбовский государственный технический университет»

Кафедра «Экономический анализ и качество»



**Качество объектов
микро-, мезо-, макро-
экономики,
бухгалтерского учета и
аудита, экономического
анализа и финансово-
кредитной деятельности**

СБОРНИК ТЕЗИСОВ ДОКЛАДОВ И НАУЧНЫХ СТАТЕЙ

ВЫПУСК 4

Т.Г.Т.У

Тамбов
Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ»
2012

УДК 33.004.12
ББК У012
К309

К309 Качество объектов микро-, мезо-, макроэкономики, бухгалтерского учета и аудита, экономического анализа и финансово-кредитной деятельности : сб. тезисов докладов и научных статей. – Вып. 4. – Тамбов : Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012.– 160 с.– 100 экз. – ISBN 978-5-8265-1139-8

В сборник включены научные труды аспирантов, соискателей и преподавателей кафедры «Экономический анализ и качество» и студентов ФГБОУ ВПО «ТГТУ».

Сборник предназначен для формирования и развития научно-исследовательской работы.

УДК 33.004.12
ББК У012

Сборник подготовлен по материалам, предоставленным в электронном варианте, и сохраняет авторскую редакцию.

ISBN 978-5-8265-1139-8

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет» (ФГБОУ ВПО «ТГТУ»), 2012

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Андреева И.А.</i> Экологическая составляющая качества жизни человека . . .	5
<i>Бакуменко Е.М.</i> Японский подход к улучшению качества продукции в организации	9
<i>Гриднева А.А.</i> Туристические и портовые зоны Российской Федерации . . .	11
<i>Егоров М.В.</i> Управление персоналом в системе менеджмента качества предприятия	14
<i>Заносиенко О.А.</i> Резервы качества услуг в системе жизнеобеспечения . . .	18
<i>Заносиенко О.А., Шабаетв А.В.</i> Методы управления качеством и их классификация	22
<i>Кельнер К.Б.</i> Экономико-статистический анализ уровня безработицы в Тамбовской области	28
<i>Ковалева А.И.</i> Влияние изменения величины средней заработной платы на потребление товаров в магазинах бытовой техники (на примере Тамбовской области)	30
<i>Коновалова Т.М.</i> Экономический анализ в прогнозировании состояния экономической безопасности региона	33
<i>Корнеева Т.Г.</i> Проблемы деятельности организаций агропромышленного комплекса	37
<i>Крыкова Т.Ю.</i> Анализ динамики платных услуг в Тамбовской области . . .	39
<i>Кузьмина К.О.</i> Сравнительный анализ поездок российских граждан за границу	40
<i>Марченко А.В.</i> Новая институциональная экономическая теория	43
<i>Нацвина Т.Н.</i> Качественная оценка развития региональной экономики при промышленном освоении месторождения «Центральное»	46
<i>Нижегородов Е.В.</i> Сравнительный анализ определения термина «качество жизни»	48
<i>Никитина Т.И.</i> Влияние рекламной деятельности на прибыль компании Google	54
<i>Павлова А.А.</i> Техничко-внедренческие зоны Российской Федерации	57
<i>Петрикова А.П.</i> Анализ численности населения в г. Тамбове и городах областного подчинения	60
<i>Плешкова Е.А.</i> Роль имиджа организации в условиях современной рыночной экономики	62
<i>Попова Г.Л.</i> Социально-экономические системы: понятие и характеристики	69
<i>Попова Е.А.</i> Качественное инновационное развитие отрасли строительства в регионе с внедрением технологий «пассивного» дома	72
<i>Пудовкина А.А.</i> Влияние руководителя на процесс формирования организационной культуры	75
<i>Савин К.Н., Савина К.С.</i> Статистическое управление процессами обеспечения качества	77
<i>Савина К.С.</i> Статистические методы управления качеством	82

<i>Саталкина Н.И., Гриднева М.</i> Элементы системы организации операционного учета	88
<i>Сизикин А.Ю.</i> Эволюция подходов обеспечения самооценки предприятий в управлении качеством продукции / услуг: цитаты, афоризмы, высказы- вания и пословицы	92
<i>Сизикина Т.А.</i> Формирование процессов обеспечения самооценки пред- приятий и организаций в управлении качеством продукции (услуг)	100
<i>Солозобов О.А., Строилова Э.В., Заносиенко О.А.</i> Определение качества с позиции управленческого аспекта	105
<i>Солозобов О.А.</i> Понятийно-терминологический аппарат управления качеством	107
<i>Строилова Э.В.</i> Национальные стандарты – основа управления качеством	108
<i>Строилова Э.В., Сыщиков В.А.</i> Технология обеспечения стандартизации и управления качеством предприятия	112
<i>Сыщиков В.А.</i> Управление качеством предприятия жизнеобеспечения через энергоменеджмент	117
<i>Сюй Юй Лун</i> Формирование маркетинговой технологии оценки управления качеством продукции (услуг) предприятий и организаций . . .	124
<i>Терехова Г.И., Черемисина Е.</i> Сравнительный анализ принципов менеджмента качества	128
<i>Терехова Ю.О., Леденев А.</i> Применение СVP-анализа в формировании антикризисной ассортиментной политики предприятия	132
<i>Толстошеина В.А.</i> Классификация аутсорсинга в рамках системы ме- неджмента качества организации	136
<i>Трофимов А.В.</i> Способы оценки качества жизни	139
<i>Фетисова О.В.</i> Особенности процессного управления качеством в орга- низации	142
<i>Шабаетов А.В.</i> Эффективность управления персоналом как механизм повышения качества предприятия	147
<i>Швальгина Т.Н.</i> Результативность и эффективность конкурентных процессов на примере автомобильной промышленности	152
<i>Короваева С.П.</i> Сущность процесса стратегического управления органи- зацией	156

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА

**Андреева И.А., аспирантка кафедры
«Экономический анализ и качество»**

*Статья подготовлена под научным руководством д-ра экон. наук,
профессора кафедры «Экономический анализ и качество»*

С.П. Спиридонова

Качество жизни – это комплексная категория, охватывающая все сферы жизнедеятельности человека, удовлетворение его социальных, материальных и духовных потребностей, включающих показатели доходов, текущего потребления и сбережения населения, уровни безработицы и бедности, характеристики жилищных условий, обеспеченность населения высококвалифицированными медицинскими услугами, достойным образованием, благоприятными условиями труда и социальной защищенностью, чистотой окружающей среды.

Многие исследователи отмечают важность экологической составляющей для характеристики качества жизни. Например, Д. Фостер, считает, что «качество жизни» зависит от: уровня стрессовых ситуаций (и вообще «трудностей жизни»); плотности населения; качества продуктов питания; и степени загрязнения окружающей среды. Определяя, таким образом, компоненты «качества жизни», этот теоретик считает, что чем выше уровень развития промышленности и национального дохода на душу населения, тем больше плотность расселения и уровень загрязнения окружающей среды, в результате чего увеличивается количество стрессовых ситуаций, снижающих качество жизни [1, с. 45].

Экологи считают необходимым выделить важность влияния на качество жизни человека природных условий, благоприятной в экологическом плане среды жизни.

С точки зрения экологии, качество жизни это:

1) совокупность природных и социальных условий, обеспечивающих (или не обеспечивающих) комплекс здоровья человека – личного и общественного, т.е. соответствие среды жизни человека его потребностям;

2) соответствие среды жизни социально-психологическим установкам личности [2, с. 21].

Природно-климатические условия и состояние окружающей среды оказывают ощутимое влияние на жизнь и здоровье человека, которые напрямую зависят от воздуха, которым он дышит; еды, которой он питается и от среды, в которой живет. По этой причине вопрос экологии так важен в современном мире [4].

Различают благоприятные и экстремальные условия для существования человека. К благоприятным условиям относятся умеренно холодная зима, солнечное лето и достаточное количество осадков. К экстремальным относятся условия неблагоприятные для жизни людей.

Помимо природно-климатических условий на качество жизни населения влияет также загрязнение окружающей среды.

На данный момент выделяют четыре глобальные экологические проблемы человечества, связанные с загрязнением окружающей среды, стоящие перед мировым сообществом.

Экологическая проблема – это изменение природной среды в результате антропогенных воздействий, ведущее к нарушению структуры и функционирования природы [5].

Первая проблема – создание парникового эффекта. Большое загрязнение атмосферы началось с началом работы промышленных предприятий. Все выбросы в природу вредных веществ, таких как оксид углерода, сернистый ангидрид, сероводород и сероуглерод, окислы азота, соединения фтора и хлора не только приводят к гибели окружающей нас флоры и фауны, но и усугубляют нашу жизнь на планете Земля. Одним из таких веществ является оксид углерода, который получается при не полном сгорании углеродистых веществ. В воздух он попадает в результате сжигания твердых отходов, с выхлопными газами и выбросами промышленных предприятий. Это соединение углерода способствует повышению температуры на планете, и созданию парникового эффекта. Данная проблема характеризуется тем, что на планете зимой выпадает большое количество снега, при таянии которого добавляется вода в океаны и моря, подтопляя территории суши [6].

Вторая проблема – это проблема загрязнения Мирового океана.

Человек своей деятельностью безвозвратно изменяет естественный режим водных объектов отходами и сбросами. В океанах сосредоточена почти вся масса воды. Всем экосистемам суши испаряющаяся с поверхности океанов вода дает влагу. Суша возвращает океану воду. На обмен влагой между сушей и океаном затрачивается большое количество энергии: на это тратится 1/3 энергии, которая поступает от Солнца на Землю. До развития человеческой цивилизации цикл воды на планете был равновесным. Океан от рек получал такое количество воды, которое расходовал при ее испарении. При неизменном климате реки не мелили, уровень воды в озерах не снижался. С развитием человеческой цивилизации этот цикл нарушился. Загрязнение океанов привело к уменьшению количества воды, которая испаряется с океанов. Обмелели реки в южных районах. Все это привело к ухудшению водоснабжения биосферы. Частым явлением становятся засухи, различные экологические бедствия [7].

Мировой океан – это гигантская кладовая биологических ресурсов, а загрязнение океана угрожает всем процессам – физическим, химическим и биологическим.

Многие страны, имеющие выход к морю, производят морское захоронение материалов и веществ, в частности грунта, вынутого при дноуглубительных работах, бурового шлама, строительного мусора, твердых отходов, взрывчатых и химических веществ. Объем захоронений составил около 10% от всей массы загрязняющих веществ, поступающих в Мировой океан. Основанием для дампинга (дампинг – захоронение отходов в море; любое преднамеренное удаление отходов или других материалов с судов, летательных аппаратов, платформ или иных искусственно сооруженных в море конструкций, а также любое преднамеренное уничтожение судов, летательных аппаратов, платформ и т.д. [8].) в море служит возможность морской среды к переработке большого количества органических и неорганических веществ без особого ущерба для воды. Однако эта способность не беспредельна, на это уходит множество лет [6].

Третья проблема – это разрушение озонового слоя атмосферы, озоновые дыры.

Озоновый слой расположен в стратосфере на высоте от 12 до 50 км (наибольшая плотность на высоте около 23 км). И, несмотря на то, что концентрация озона в атмосфере меньше 0,0001%, озоновый слой полностью поглощает губительное для всего живого коротковолновое ультрафиолетовое излучение. Долгое время озоновый слой стремительно истощается из-за деятельности человека [9].

Причинами истончения озонового слоя являются выбросы в атмосферу фреонов, запуск космических ракет, самолеты, набирающие высоту более 12 км.

Четвертая проблема – это кислотные атмосферные осадки, выпадающие на сушу.

Одна из острейших глобальных проблем человечества и современности – это проблема возрастающей кислотности атмосферных осадков и почвенного покрова. Районы кислых почв не знают засух, но их естественное плодородие понижено и не устойчиво; они быстро истощаются и имеют низкую урожайность. Кислотные дожди вызывают не только подкисление поверхностных вод и верхних горизонтов почв. Кислотность с нисходящими потоками воды распространяется на весь почвенный профиль и вызывает значительное подкисление грунтовых вод. Кислотные дожди возникают в результате хозяйственной деятельности человека, сопровождающейся эмиссией колоссальных количеств окислов серы, азота, углерода. Эти окислы, поступая в атмосферу, переносятся на большие расстояния, взаимодействуют с во-

дой и превращаются в растворы смеси сернистой, серной, азотистой кислоты, которые выпадают в виде «кислых дождей», взаимодействуя с растениями, почвами и водами. Их главными источниками являются: сжигание сланцев, нефти, угля, газа. Хозяйственная деятельность человека вдвое увеличила поступление в атмосферу окислов серы и азота. Все это сказалось на здоровье, как людей, так и их домашнего скота, который идет на пищевое потребление [6].

Качество жизни часто определяется «как совокупность отношений, связывающих индивида, общество и природную среду так, чтобы каждый из этих элементов имел свойственные ему характер и потребности» [3].

Таким образом, можно выделить две основные составляющие качества жизни с точки зрения экологии. Это природные условия, в которых живет человек и состояние окружающей среды. Человек может самостоятельно повлиять на качество своей жизни. Он вправе выбрать наиболее благоприятные для жизни природные условия. Так же он влияет и на другую составляющую качества жизни в понимании экологов, а именно, ради временного комфорта все сильнее загрязняет и истощает окружающую среду, которая является источником благополучия.

Список используемой литературы

1. Маркович, Д.Ж. Глобальные проблемы и качество жизни / Д.Ж. Маркович // Социологические исследования. – 1998. – № 4. – С. 129 – 132.

2. Ковынева, О.А. Управление качеством жизни населения : монография / О.А. Ковынева, Б.И. Герасимов ; под науч. ред. д-ра экон. наук, проф. Б.И. Герасимова. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. – 88 с.

3. Gradier, G. A propose de la qualite de la vie / G. Gradier. – Paris : UNESCO, 1976. – P. 6.

4. <http://www.nado5.ru/e-book/vliyanie-prirodnikh-uslovii-na-zhizncheloveka>

5. http://ru.wikipedia.org/wiki/%D%D%EA%EE%EB%EE%E3%E8%F7%E5%F1%EA%E0%FF_%EF%F0%EE%E1%EB%E5%EC%E0

6. http://www.smoladmin.ru/people/ecolog/ecolog_problem.html

7. <http://votedeath.ru/2011/08/28/globalnaya-problema-chelovechestva-zagryazneniya-vodnoj-sredy>

8. <http://vslovar.org.ru/jur/3423.html>

9. http://www.ecoproblems.org/2009/02/blog-post_08.html

ЯПОНСКИЙ ПОДХОД К УЛУЧШЕНИЮ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ

**Бакуменко Е.М., аспирант кафедры
«Экономический анализ и качество»**

*Статья подготовлена под научным руководством д-ра экон. наук,
зав. кафедрой «Экономический анализ и качество»*

Н.В. Злобиной

Японский подход к управлению качеством имеет ряд отличительных черт.

Особенностями японского подхода к управлению качеством являются:

- ориентация на постоянное совершенствование процессов и результатов труда во всех подразделениях фирмы;
- ориентация на предотвращение возможности допущения дефектов;
- тщательное исследование и анализ возникающих проблем по принципу восходящего потока, т.е. от последующей операции к предыдущей;
- культивирование принципа «Твой потребитель – исполнитель следующей производственной операции»;
- полное закрепление ответственности за качество результатов труда за непосредственным исполнителем;
- активное использование человеческого фактора, развитие творческого потенциала рабочих и служащих, культивирование морали: «Нормальному человеку стыдно плохо работать».

Основная концепция «японского чуда» – совершенная технология, будь то технология производства, технология управления или обслуживания. На фирмах широко внедряются вычислительная и микропроцессорная техника, новейшие материалы, автоматизированные системы проектирования, управления производством, широко применяются статистические методы анализа и контроля, которые полностью компьютеризованы. Системы управления качеством имеют обратные связи [1].

Важнейшей предпосылкой успешной работы по повышению качества является постоянное обучение персонала фирмы, и прежде всего высших менеджеров. В последние годы обучение ведется с применением современных образовательных технологий и технических средств. Разработаны программы деловых игр по качеству с использованием персональных компьютеров. Обучающийся сам принимает решение и старается создать воображаемому предприятию наилучшие

условия для достижения высокой конкурентоспособности продукции и фирмы. Обучение рабочих осуществляется, как правило, их непосредственными руководителями. Обучение мастеров, начальников участков, цехов, отделов осуществляется в основном с привлечением сторонних специалистов. Обучение мастеров, начальников участков и цехов состоит из 6-дневного теоретического курса и 4-месячной практической деятельности.

У обучения сеть очень важный эффект: изменение в лучшую сторону личного отношения людей к работе по повышению качества. Считается, что качество труда рабочих на 90% определяется воспитанием, сознательностью и только на 10% – знаниями.

В Японии большое внимание уделяется кружкам качества. Формирование кружков добровольное. Исследования показали, что имеется прямая зависимость посещаемости кружков качества и активности на заседаниях от степени добровольности, самостоятельности в выборе тем, автономии в решении внутренних вопросов кружка. Заседание кружков качества – единственный вид непродуцированной деятельности, разрешенной в рабочее время. Заседания еженедельные. Если кружки качества собираются после работы, то компания выплачивает компенсацию, как за сверхурочное время. Регулярно проводятся цеховые и заводские конференции кружков качества. Дважды в год конференции организуются на уровне компании. Проводятся и всеяпонские съезды представителей кружков качества. Кружок качества считается признанным официально, если он зарегистрирован Японским союзом ученых и инженеров и сообщение об этом опубликовано в журнале «Мастер и контроль качества».

На японских фирмах для персонала разработана программа участия в обеспечении качества, получившая название «пять нулей». Она сформулирована в виде коротких правил-заповедей:

- не создавать (условия для появления дефектов);
- не передавать (дефектную продукцию на следующую стадию);
- не принимать (дефектную продукцию с предыдущей стадии);
- не изменять (технологические режимы);
- не повторять (ошибок).

Динамика японской концепции повышения требований к качеству:

- 1) соответствие стандарту (с 1950-х гг.);
- 2) контроль использования продукции (с 1960-х гг.);
- 3) соответствие фактическим требованиям рынка (с 1970-х гг.);
- 4) соответствие скрытым потребностям (с 1980-х гг.).

Таким образом, развитие менеджмента качества в Японии ориентировано прежде всего на потребителя и достигается высокий уровень

качества посредством грамотного и эффективного управления персоналом, который выступает основной ценностью и источником благополучия организации.

Список используемой литературы

1. Исикава, К. Японские методы управления качеством / К. Исикава. – М. : Экономика, 1988. – С. 67.

ТУРИСТИЧЕСКИЕ И ПОРТОВЫЕ ЗОНЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Гриднева А.А., студентка, 2 курс, направление «Менеджмент»

*Статья подготовлена под научным руководством канд. экон. наук,
доцента кафедры «Экономический анализ и качество»*

А.Ю. Сизикина

Особые экономические зоны (ОЭЗ) представляют собой одну из многообразных форм международных экономических отношений. По определению экспертов ООН, «ОЭЗ – ограниченные промышленные районы, представляющие собой часть территории страны с беспошлинным таможенным и торговым режимом, где иностранные фирмы, производящие продукцию, главным образом на экспорт, пользуются рядом налоговых и финансовых льгот».

Среди наиболее распространенных в мире специальных экономических зон можно выделить: таможенные зоны; беспошлинные торговые зоны; таможенные свободные зоны; внешнеторговые зоны; беспошлинные экспортно-производственные зоны; свободные экспортные зоны; экспортно-производственные зоны; свободные экономические зоны; свободные производственные зоны; зоны экономического благоприятствования; промышленные экспортноориентированные зоны; свободные промышленные зоны; предпринимательские зоны; зоны совместного предпринимательства; зоны технико-экономического развития; зоны развития новой высокой технологии; технико-внедренческие зоны; научно-промышленные парки; оффшорные центры; международные оффшорные центры; свободные банковские зоны; эколого-экономические регионы; открытые районы; туристические центры.

На начало XXI в. в мире насчитывалось не менее 600 зон, в том числе в развитых странах – более 200, еще 100 находились в процессе строительства и 50 – на стадии проектирования. В ОЭЗ развивающихся стран было занято 1,5 млн. человек. По некоторым оценкам численность занятых в них возрастет до 2,5 – 3 млн. человек, а стоимость экспорта увеличится с 12–13 млрд. долл. США до 25 млрд. долл.

США. В США ОЭЗ созданы в 47 штатах, их численность – 247, а общий оборот достиг 40 млрд. долл. США.

С середины XX в. по настоящее время в мире создано более 400 технопарков. В США насчитывалось 100 технопарков, в Германии – 60, в Китае – 52, Великобритании – 40, Франции – 30, России – 27, Японии – 20, Южной Корее и Сингапуре – по 10. Среди них наиболее известны: в США – «Кремниевая Долина», технопарки Северной Каролины и университета Юты; в Великобритании – технопарк Кембриджского университета; в Японии – городок науки Цукуба; в Китае – технопарк «Наньху»; в России – Международный центр развития науки и технологии (МЦРНТ) «Дубна», технополис «Зеленоград».

Процессы формирования ОЭЗ осуществляются и на территории России. Рассмотрим особенности формирования туристических зон. Располагаясь в самых живописных и востребованных туристами регионах России, туристические (туристско-рекреационные) ОЭЗ предлагают благоприятные условия для организации туристического, спортивного, рекреационного и других видов бизнеса. В настоящее время в России создано 14 особых экономических зон туристического типа. Семь туристических зон располагаются на территории Иркутской области, Алтайского края, Республики Алтай, Республики Бурятия, Калининградской области, Ставропольского края, Приморского края. Еще семь ОЭЗ формируются в Северо-Кавказском федеральном округе.

Рассмотрим деятельность ОЭЗ ТРТ «Байкальская гавань», которая создана в соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации № 68 от 3.02.2007 на территории Прибайкальского района Республики Бурятия. Территория ОЭЗ составляет 3283 га. Виды туризма в ОЭЗ ТРТ «Байкальская гавань»: лечебно-оздоровительный; экологический; горнолыжный; экскурсионный; круизный; религиозный. Инвесторам ОЭЗ «Байкальская гавань» предоставляются следующие налоговые льготы: налог на имущество – 0%; налог на землю – 0%; транспортный налог – 0%; сниженная ставка налога на прибыль (15,5% для резидентов ОЭЗ). Налоговые каникулы, предоставленные органами государственной власти на региональном уровне, длятся от 5 до 10 лет. Резидентам предоставляется гарантия неизменности налоговых льгот в течение срока существования особой экономической зоны. Резиденты ОЭЗ «Байкальская гавань» получают следующие преференции: низкая стоимость выкупа земельного участка; удобный режим администрирования; готовая инфраструктура; возможность ускоренной амортизации. На территории ОЭЗ зарегистрировано три компании. На пяти участках ОЭЗ планируется разместить: яхт-клуб с маринной и обслуживающей инфраструктурой, торгово-

развлекательный центр «Рыбацкая деревня»; туристско-рекреационный комплекс, состоящий из нескольких зон отдыха и развлечений; горнолыжный всесезонный курорт; центр семейного отдыха; СПА-курорт. На рисунке 1 представлена площадка будущей застройки ОЭЗ ТРТ «Байкальская гавань».

Портово-логистические особые экономические зоны находятся в непосредственной близости от основных глобальных транзитных коридоров. Их положение позволяет получить доступ к быстрорастущему рынку крайне востребованных портово-логистических услуг как на Дальнем Востоке, так и в центральной части России. Отличительной особенностью особой экономической зоны на базе аэропорта «Ульяновск-Восточный» является ее близость к предприятиям ульяновского авиационного кластера. Это создает предпосылки для развития проектов, связанных с техническим обслуживанием и переоборудованием воздушных судов. Основное направление развития портово-логистической зоны в Хабаровском крае – формирование современного многопрофильного портового, судоремонтного центра, который опирается на удобное географическое положение и уже существующую инфраструктурную базу.

Портовая особая экономическая зона «Советская Гавань» создана в соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации № 1185 от 31.12.2009 на территории Хабаровского края. Портовая ОЭЗ «Советская Гавань» специализируется на развитии следующих направлений: портовая деятельность; логистика; перевалка грузов; техническое обслуживание судов; ремонт и переоборудование судов; переработка морепродуктов; биржевая торговля товарами.

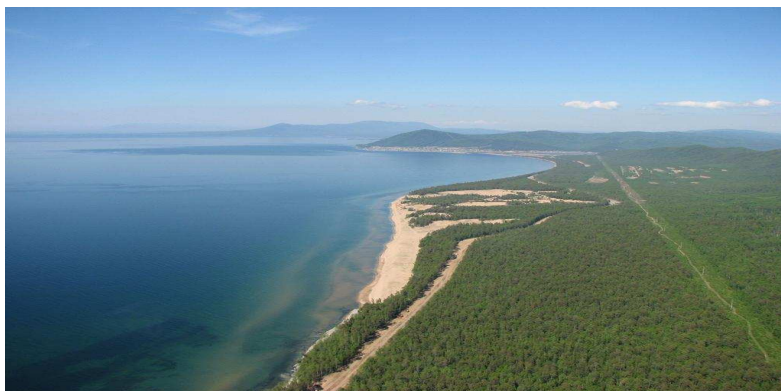


Рис. 1. Площадка под ОЭЗ ТРТ «Байкальская гавань»
(Источник: <http://www.oao-oez.ru/>)

Инвесторам ОЭЗ «Советская гавань» имеют следующие налоговые льготы: налог на имущество – 0%; налог на землю – 0%; транспортный налог – 0%; сниженная ставка налога на прибыль (15,5% для резидентов ОЭЗ «Советская гавань»); иностранные товары (оборудование, сырье, комплектующие, строительные материалы) размещаются и используются без уплаты таможенных пошлин и НДС (18%). Налоговые каникулы, предоставленные органами государственной власти на региональном уровне, длятся от 5 до 10 лет. Резидентам предоставляется гарантия неизменности налоговых льгот в течение срока существования особой экономической зоны. Компании ОЭЗ «Советская гавань» получают следующие преференции: низкая стоимость выкупа земельного участка; удобный режим администрирования; готовая инфраструктура. Инфраструктура ОЭЗ «Советская гавань»: основной порт; судостроительный центр; судоремонтный центр; контейнерный терминал; завод по переработке морепродуктов таможня; центр по переработке леса и других материалов.

Список используемой литературы

1. Официальный сайт ОАО «Особые экономические зоны»
<http://www.oao-oez.ru/>

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ

**Егоров М.В., студент 5 курса
специальности «Управление качеством»**

*Статья подготовлена под руководством д-ра экон. наук,
зав. кафедрой «Экономический анализ и качество»
Н.В. Злобиной*

В настоящий момент управление персоналом представляет собой связанную структурированную систему разнообразных приемов наиболее эффективного выстраивания и дальнейшего управления организациями и проектами, при этом учитывается использование специальных контролирующих систем. К подобным контролирующим системам можно отнести системы менеджмента качества или разнообразные системы проектного управления.

Управление персоналом как деятельность понимается как целенаправленное специальное воздействие на сотрудников фирмы, ее мотивационную, психологическую и многие другие составляющие. Такая деятельность ориентируется на приведение к должному уровню всеобщего соответствия возможностей сотрудников, целей и задач, миссии, стратегии и тактики, методов и условий процесса развития компании.

Управление персоналом в системе менеджмента качества подразумевает использование нескольких методов управления. К основным из этих методик можно отнести, во-первых, методы экономические, подразумевающие использование приемов воздействия на сотрудников посредством пропорционального или непропорционального измерения и сравнения результатов работы и имеющихся затрат. Здесь имеют место экономическое стимулирование труда или же, наоборот, санкции, финансирование и операции с кредитами, заработная плата, а также вопросы, связанные с себестоимостью, прибылью и убытками, ценой и многими другими факторами. Во-вторых, к методам управления персоналом будет справедливо отнести методы и способы организационно-распорядительные, т.е. способы конкретного и прямого воздействия на персонал, который обычно обязательны и директивны. Такие методы базируются на основаниях дисциплины и ответственности сотрудников, а также более жестких явлениях: власти и принуждении. Также могут документально фиксироваться функции сотрудников. Наконец, существуют еще группы социальных и психологических методов, т.е. это мотивация к труду и поощрения сотрудников именно в моральном и психологическом аспектах, социальное планирование и другие методики.[5]

Внедрение системы менеджмента качества предполагает вовлечение персонала в деятельность по улучшению качества, что дает возможность предприятию более полно и эффективно использовать способности, знания, умения и навыки своих сотрудников. Вовлечение персонала в деятельность по управлению качеством и специально выстроенная система стимулирования повышают удовлетворенность сотрудников, и соответственно, позитивно влияют на результаты их деятельности. Планирование карьерного роста и обучение персонала также направлены на повышение эффективности использования трудовых ресурсов предприятия.

На повышение роли персонала в инновационном и конкурентном развитии предприятий указывают новые версии стандартов ИСО 9000 и 9001 2008 года [1, 2, 4], а также международный стандарт ISO 9004:2009 «Менеджмент в целях достижения устойчивого успеха организации. Подход на основе менеджмента качества (Managing for the sustained success of an organization – A quality management approach)» [3]. Стандарт ISO 9004:2009 предназначен для содействия достижению экономической жизнеспособности любой организации на длительное время независимо от ее размера, типа или вида деятельности на основе предоставления качественных продукции или услуг и обеспечения удовлетворенности потребителя.

Стандарт ISO 9004:2009 регламентирует принципы управления организацией для достижения устойчивого успеха, а не только принципы построения СМК как в версии 2000 г. Значительный акцент сделан на вопросах менеджмента, компетентности, вовлечении и мотивации персонала на развитие организации; улучшении, инновациях и обучении персонала (общие положения, применение, определение времени, процесс, риски). Следовательно, одним из наиболее важных принципов для повышения конкурентоспособности и инновационного потенциала российских промышленных предприятий при внедрении и совершенствовании организационных СМК является принцип менеджмента качества «Вовлечение персонала».

Ключевыми элементами механизма управления персоналом в СМК предприятия являются:

1) рассмотрение управления персоналом как процесса. Данный элемент инициирован п. 4.1 ГОСТ Р ИСО 9004:2001 и примечанием к п. 4.1 ГОСТ Р ИСО 9001:2001, согласно которым необходимо определять, управлять и улучшать все процессы СМК предприятия, в том числе процессы обеспечения ресурсами;

2) рассмотрение мотивации персонала как процесса. Элемент основан на п. 6.2.1; 7.1.2; 8.2.4 ГОСТ Р ИСО 9004:2001, которые нацеливают руководство предприятий на повышение вовлеченности и заинтересованности персонала в управлении качеством, создание необходимых для этого условий, изучение и повышение удовлетворенности работников трудом и материальным положением;

3) изменение системы работы руководства предприятия при внедрении СМК. Источниками данного элемента являются п. 6.2.1; 7.1.2; 8.3.1 ГОСТ Р ИСО 9004:2001, а также п. 6.2.2 ГОСТ Р ИСО 9001:2001, в которых содержатся указания на необходимость определения ответственности и полномочий персонала, разработку индивидуальных и групповых целей, информирование персонала о характеристиках процессов, важность деятельности работников и вклад в достижение целей по качеству;

4) организация процесса коллективного улучшения работ (внедрение командного менеджмента, кружки качества, программы поощрения активности, совершенствование коммуникаций). Элемент ориентирован на реализацию п. 6.2.1; 7.1.2 и Приложения Б ГОСТ Р ИСО 9004:2001, согласно которым для эффективного достижения целей по качеству необходимыми условиями являются обеспечение групповой работы, развитие системы коммуникаций, накопление и обмен знаниями и опытом по менеджменту качества в командах и рабочих группах;

5) повышение культуры производства. Возникновение данного элемента регламентировано п. 6.4; 7.1.2; 8.5.4 ГОСТ Р ИСО 9004:2001, акцентирующими внимание на создании производственной среды, соответствующей стратегии качества; проведении мероприятий по сокращению непроизводительных расходов; распределении полномочий и ответственности по улучшению деятельности предприятия;

6) разработка системы обучения персонала. Элемент направлен на реализацию п. 6.1.2; 6.2.1; 6.2.2.2; 7.1.3 ГОСТ Р ИСО 9004:2001 и п. 6.2.1 ГОСТ Р ИСО 9001:2001, нацеливающих руководство предприятия на разработку и оценку результативности и эффективности вспомогательного процесса СМК целенаправленной подготовки, образования и обучения персонала, а также на планирование карьеры работников.

Таким образом, при внедрении, развитии, совершенствовании СМК предприятия, целесообразным является процесс повышения использования кадрового потенциала компании, в рамках которого реформированию подвергаются такие направления менеджмента персонала, как:

- планирование трудовых ресурсов;
- поиск и отбор работников; подготовка и переподготовка кадров;
- оценка результативности труда и мотивация;
- оценка удовлетворенности персонала, что положительно отражается на составляющих элементах инновационного потенциала компании.

Список используемой литературы

1. ГОСТ Р ИСО 9000–2008. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. – М. : Стандартинформ, 2009.
2. ГОСТ Р ИСО 9001–2008. Системы менеджмента качества. Требования. – М. : Стандартинформ, 2009.
3. ISO 9004:2009. Менеджмент в целях достижения устойчивого успеха организации. Подход на основе менеджмента качества. – URL : http://www.iso.org/iso/catalogue_detail?csnumber=41014
4. Афанасьева, Л.М. Теоретико-методологическое обоснование необходимости формирования и развития механизма управления персоналом в СМК предприятия / Л.М. Афанасьева // Век качества. – 2011. – № 3. – С. 47.
5. Управление персонала в системе менеджмента [Электронный ресурс] // Интер Консалт. – URL : <http://iksystems.ru/articles.php?id=109>. (Дата обращения 15.10.2012).

РЕЗЕРВЫ КАЧЕСТВА УСЛУГ В СИСТЕМЕ ЖИЗНЕОБЕСПЕЧЕНИЯ

**Заносиенко О.А., аспирант кафедры
«Экономический анализ и качество»**

*Статья подготовлена под научным руководством д-ра экон. наук,
профессора кафедры «Экономический анализ и качество»
К.Н. Савина*

В последние годы в России ученые стали проявлять особый интерес к прогнозированию и планированию, понимая, что без ясного представления о том, куда тратить ресурсы, в чем наши приоритеты, жить нельзя. К сожалению, не во всех работах российских ученых выделен такой важный для экономики и жизни фактор, как качество, имеющий для осуществления намеченных планов и программ немало-важное значение.

Сегодня существует настоятельная потребность модернизации жилищно-коммунального комплекса в целом в Российской Федерации, на основе концепции рыночного развития экономики с учетом необходимости обеспечения населения качественными жилищно-коммунальными услугами, обеспечения социальной направленности функционирования жилищно-коммунальной сферы и государственной ответственности за результаты рыночных преобразований данной отрасли.

Основным критерием и наиболее важным показателем оценки результатов проводимых во всех без исключения регионах России преобразований в жилищно-коммунальной сфере является соответствие качества предоставляемых населению услуг существующим в обществе ожиданиям и требованиям к условиям проживания и уровню комфортабельности жилья.

Главная цель – повысить ответственность всех форм собственности рынка ЖКУ перед собственниками за качество оказания жилищно-коммунальных услуг, а также обеспечить организацию систематической работы по анализу и выработке мероприятий, способствующих достижению соответствия предоставляемых населению услуг федеральным стандартам качества.

Решение задачи по повышению качества услуг населению Российской Федерации в этой сфере жизнеобеспечения при существующем состоянии жилищного фонда и инженерных систем коммунальной сферы невозможно без комплексного подхода, основанного на использовании всех имеющихся в распоряжении местных органов власти ресурсов и наиболее широкого привлечения самих жителей к процессам реформирования отношений в ЖКХ.

Необходимость быстрого и эффективного осуществления рыночных преобразований в целях формирования условий для развития частного предпринимательства и государственно-частного партнерства в отрасли связано с двумя обстоятельствами. Первым обстоятельством является принятие ряда правительственных решений о проведении политики постепенного перехода населения на стопроцентную оплату стоимости жилищно-коммунальных услуг при постепенном уменьшении бюджетного дотирования отрасли, что практически выполнено повсеместно, однако это не означает прекращение монопольного нерыночного состояния коммунальных предприятий. При этом следует обратить внимание на то обстоятельство, что потребители по объективным обстоятельствам не могут отказаться от пользования жилищно-коммунальными услугами, но фактически лишены права их выбора на конкурентной основе в соответствии с их качеством, что является не рыночным признаком и придает монопольный характер проводимой реформе ЖКХ. Вторым обстоятельством является значительный износ и плачевное состояние большого количества жилищного фонда и обслуживающей инфраструктуры, что вызвало необходимость формирования специализированного фонда, предназначенного для капитального ремонта и реконструкции изношенного жилья.

Это, в свою очередь, обуславливает необходимость решения задачи формирования в процессе осуществления преобразований ЖКХ принципов хозяйственной деятельности, основанных на частной инициативе и становлении в отрасли конкурентной среды, способствующей повышению качества предоставляемых жилищно-коммунальных услуг. Результатом успешной реализации реформирования отрасли должно стать эффективное функционирование предприятий ЖКХ, обеспечивающее их возможность предоставления населению качественных ЖКУ за разумную плату.

Одним из направлений реформы предприятий ЖКХ является демонополизация системы управления предоставлением ЖКУ. В рамках этого направления наряду с еще с существующими МУПами, появились частные Управляющие Компании (УК), а также новая экономико-правовая форма организации собственников жилья – Товарищества Собственников Жилья (ТСЖ). Возможность выбора способа управления предоставлением ЖКУ закладывает определенные конкурентные рыночные механизмы в коммунальную сферу и при их правильном применении дает возможность рыночного регулирования стоимости услуг для населения. В этом смысле особый интерес представляют ТСЖ, которые по правовой форме незначительно отличаются от известных ранее жилищно-строительных кооперативов (ЖСК), однако по экономическому содержанию представляют собой частное предприятие, функционирующее в рыночных условиях хозяйствования.

Несмотря что регулятором в деятельности предприятий ЖКХ не зависимо от форм собственности является рынок, мы не должны забывать, что власть в границах своих административных территорий несет ответственность за обеспечением населения всеми услугами обеспечивающие его жизнедеятельность. Так как пока отсутствует в ЖКХ нормативная база создания СРО, нужно как можно быстрее подготовить и подписать декларацию о взаимодействии власти, бизнеса и населения. Данный документ будет определять порядок развития сферы, определять лучших и худших, фактически предоставлять населению право выбора управляющих компаний их смены, по предоставляемым данным через СМИ.

Частные компании, к которым кроме ТСЖ относятся частные управляющие компании, находясь в условиях рыночной конкуренции, принимают на себя и рыночные риски, которые, в худшем варианте, грозят им разорением. Поэтому для руководителей частных предприятий в коммунальной сфере важнейшими критериями качества работы и повышения качества, предоставляемых населению услуг становятся показатели экономической эффективности их деятельности, а также коммерческие риски, связанные с этой деятельностью.

Использование существующих универсальных показателей, критериев и методов оценки экономической эффективности предприятий производственной сферы невозможно в полной мере использовать для предприятий ЖКХ, поскольку существуют отличительные особенности функционирования этих предприятий. Эти особенности проявляются, например, в специфике реализации технических процессов предприятиями ЖКХ, их экономическом положении, общем состоянии рынка недвижимости и, следовательно, специфических факторов риска, влияющих на эффективность и качество воспроизводства и предоставления жилищно-коммунальных услуг.

Такие факторы, как возрастающая конкуренция на рынке предоставления ЖКУ, связанная с этим возможность получения убытков и даже банкротств, вызывают необходимость поиска новых путей и методов, которые позволят обеспечить выживание управляющих компаний и ТСЖ в условиях жесткой рыночной конкуренции.

Наряду с показателями экономической эффективности функционирования предприятий ЖКХ, обеспечивающей повышения качества ЖКУ, одним из важнейших характеристик действия рыночных факторов является риск. В целом, риск является характеристикой надежности менеджмента предприятия в условиях действия неблагоприятных факторов и связан с осуществлением тех или иных действий – операций. Поэтому, анализируя операционный риск, необходимо вычислять и разрабатывать методы, позволяющие прогнозировать наступление неблагоприятного события и принимать меры, позволяющие снизить возможность наступления тех или иных рискованных событий.

В процессе реализации управленческих решений, когда ожидаемым в перспективе событием становится достижение поставленной конкретной цели, менеджменту предприятия важно постоянно контролировать ситуацию, не выходя из области допустимых рисков, но при этом достигать требуемых для эффективной работы предприятия экономических показателей. Для предприятий отрасли ЖКХ это связано с огромным количеством постоянно меняющихся во времени факторов, что требует разработки специализированных информационно-аналитических систем мониторинга внешней и внутренней среды предприятия, а также совершенствования организационной структуры в целях создания подразделений, отвечающих за обеспечение качества оказываемых услуг.

Таким образом, существует необходимость непрерывного повышения качества предоставляемых жилищно-коммунальных услуг на основе совершенствования организационных структур и оценки эффективности функционирования предприятий ЖКХ в условиях, как реформирования отрасли, так и ее последующей модернизации. Отсутствие научно обоснованных методических и практических рекомендаций по реализации указанной потребности на настоящем этапе.

Ни один из процессов, происходящих в современной России, не независимо от уровня и значимости в той или иной степени связан с жилищно-коммунальным хозяйством. Сегодня практически каждый регион выстраивает свою политику развития этой сферы, устанавливает свои правила и стандарты, шаблонного решения проблем в жилищно-коммунальном хозяйстве, к сожалению нет. Это ежедневная и важная работа, тесно связана, как с дефицитом ресурсного обеспечения, так с климатическими условиями расположения регионов, уровнем благосостояния населения, а также состояние и развитие местной экономики.

Одним из критериев эффективности использования управленческого и организационного ресурса может быть рост показателей производства и воспроизводства жилья и жилищно-коммунальных услуг. С сугубо экономической точки зрения эффективность управления ЖКХ на территории связана с экономической эффективностью (Эф) и определяется соотношением полученного результата, эффекта, выручки от реализации (V_p) ко всем совокупным затратам или издержкам на производство ЖКУ (I_p):

$$\text{Эф} = V_p : I_p.$$

В качестве показателя эффективности можно использовать прибыль от производства и реализации ($П_p$), которая определяется как разность между выручкой и издержками:

$$П_p = V_p - I_p.$$

Но эффективность управления ЖКХ на территории муниципального образования порой не связана с достижением получения максимальной прибыли. Эффективным в широком смысле считается такое управление, при котором достигаются цели организации. Цели представителей коммерческих предприятий или бизнес-структур не всегда совпадают с целями органов местного самоуправления и населения. Бизнес стремится к максимальным ценам на ЖКУ, а органы власти и управления, защищая интересы населения, должны бороться за установление минимальных цен.

На практике в условиях рыночных отношений всем участникам процесса следует соблюдать баланс интересов, который достигается установлением рыночного равновесия между предложенной ценой на ЖКУ и ценой оплачиваемого спроса в условиях цивилизованных рыночных отношений. При слишком высокой цене значительная часть потребителей не сможет оплачивать услуги, а при низкой – предприятия и организации – производители услуг – окажутся не в состоянии возместить свои затраты. Поэтому эффективность управления ЖКХ на территории помимо экономической эффективности определяется еще и социальной эффективностью, которая отражает результативность общественного процесса в целом. Это обобщающая характеристика развития какой-либо территории.

Список используемой литературы

1. Савин, К.Н. Цена и качество-взгляд из будущего / К.Н. Савин // Реформа ЖКХ. – 2011. – № 1.
2. Савин, К.Н. Услуга ЖКХ должна соответствовать стандарту / К.Н. Савин // Реформа ЖКХ. – 2011. – № 2.
3. Савин, К.Н. Региональный приоритет -стандарты качества услуг ЖКХ / К.Н. Савин // Дайджест Финансы. – 2011. – № 5.
4. Савин, К.Н. Совершенствование процедур моделей системы управления качеством и стандартизации / К.Н. Савин // Реформа ЖКХ. – 2011. – № 3.

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ

**Заносиенко О.А, Шабаев А.В., аспиранты кафедры
«Экономический анализ и качество»**

*Статья подготовлена под научным руководством д-ра экон. наук,
профессора кафедры «Экономический анализ и качество»
К.Н. Савина*

Развитие методов управления качеством продолжается непрерывно, начиная со времен зарождения производства. Однако в начальный

период, когда возникало ремесленничество и практически отсутствовала конкуренция, производители, контролируя качество работы на собственном производстве, стремились решать при этом свои внутренние задачи.

В соответствии с принятой терминологией метод управления качеством – это способ и совокупность приемов воздействия на средства и продукты труда, направленные на достижение требуемого качества. Рассмотрим классификацию методов управления качеством.

Методы управления качеством делятся на организационные, социально-психологические, экономические и организационно-технологические.

Управление качеством как целенаправленное воздействие реализуется управляющими подсистемами, имеющими соответствующую организацию. В общем виде задачи управления качеством делятся к следующему:

- определить правильные цели в области качества;
- достичь цели, оптимально используя ресурсы;
- установить и поддерживать соответствующие отношения между людьми в процессе труда (необходимую культуру);
- обеспечить постоянное совершенствование.

Одна из целей реализации организационных методов управления качеством – способствовать такой организации управляемой подсистемы, которая позволит обеспечивать требуемое качество.

Организационные формы реализации методов управления качеством делятся на прямые и косвенные.

Прямые формы реализуются главным образом посредством издания актов. Акт предписывает исполнителю; что необходимо сделать, как и когда.

При применении косвенных форм главным образом используются нормы.

Нормы определяют, как нужно действовать в соответствующих условиях, т.е. представляют собой правила поведения без обязательного запрета.

Таким образом, нормы по сравнению с актами создают определенные возможности для творческой активности персонала. Формы прямого воздействия эффективны в основном в трех ситуациях:

- если есть уверенность подчиненных в знании и опыте руководителя;
- при понимании подчиненными смысла и значения команд;
- если возникли критические обстоятельства, не позволяющие подчиненным (исполнителям) самим найти правильные решения.

Формы прямого воздействия имеют следующие недостатки:

- развивают пассивность;
- снижают творческие начала в исполнителях;
- могут приводить к скрытому отрицанию и неприятию диктуемых сверху решений – их формальному выполнению.

При использовании форм косвенного воздействия исполнителям ставят цель, задачи, сроки, требуемое качество и выделяют ресурсы. Пути и способы решения поставленных задач выбираются самими исполнителями.

Формы косвенного воздействия ориентируют исполнителя на творческую деятельность, при их использовании к минимуму сводится формальный подход, создаются условия самовыражения исполнителя (высшей степени мотивации).

Социально-психологические методы управления качеством – это совокупность способов воздействия на духовные интересы работников, формирование их мотиваций, связанных с обеспечением соответствующего качества.

Их значение первостепенно. Арсенал использования таких методов широк – от воспитания и пропаганды (патриотизма к фирме самоуважения себя как работника) до индивидуальных форм морального стимулирования.

При организации управления качеством следует учитывать не только профессиональную квалификацию работника, но и его мотивацию, психофизиологические особенности человека, его потребности в духовном и физическом развитии, его социально-психологические установки.

Участие человека в системе управления качеством многообразно. Он выступает в такой системе в разных качествах. Это зависит от следующих факторов:

- принадлежности к той или иной сфере управления, тем или иным органам управления;
- выполняемого типа работ;
- работы на тех или иных этапах производственно-коммерческого цикла.

Проблемы организации работы с персоналом также многообразны:

- подбор и расстановка;
- воспитание;
- обучение;
- организация труда;
- контроль деятельности;
- обеспечение психологического климата;

- создание уверенности в руководителе;
- воспитание преданности фирме.

Это означает, что в работе с персоналом необходимо изучать социально-психологические, деловые и профессиональные качества подчиненных, уметь разрабатывать характеристики их деятельности, знать науку менеджмента в части управления коллективами и индивидуумами, определять и формировать мотивацию.

Следовательно, особая роль в системе управления качеством принадлежит руководителю. К его главным задачам относятся следующие:

- определение цели, стратегии и политики в области качества;
- многообразная работа с персоналом;
- организация и руководство системой управления качеством.

При этом особое внимание уделяется обеспечению необходимой мотивации работников к высококачественному труду путем создания возможностей для самовыражения в процессе трудовой деятельности. Это одна из важнейших целей использования социально-психологических методов. Не случайно японцы считают, что «качество – это образ мышления, это уровень культуры».

Экономические методы управления качеством определяют способы воздействия, основанные на применении экономического стимулирования и создании материальной заинтересованности в достижении заданной цели в области качества.

Экономическими рычагами, влияющими на качество в условиях конкуренции, являются заработная плата и доплаты, цена купли-продажи, цена потребления продукции, кредитование, налоги.

Дополнительные экономические стимулы улучшения качества применяются также государственными и общественными организациями и в условиях конкуренции. Это различные премии в области качества. Следует отметить, что в настоящее время их значение для организаций-лауреатов далеко не ограничивается только экономическими стимулами, связанными с получением самой премии. Не меньшее значение имеет рост репутации данных товаропроизводителей.

Можно привести примеры следующих значимых премий в области качества.

Премия Э. Деминга. О высоких требованиях, предъявляемых к претендентам на эту награду, говорит тот факт, что число зарубежных компаний, получивших премию, невелико.

Премия им. Э. Деминга является самой престижной в мире. Оценка качества деятельности компаний осуществляется по 48 показателям, сгруппированным по десяти направлениям, каждое из которых, в свою очередь, разбито еще на ряд элементов. Оценка участников конкурса проводится по 100-балльной системе, для получения премии Деминга нужно набрать не менее 70 баллов.

Премия им. Э. Деминга сыграла выдающуюся роль в развитии качества в Японии, она способствовала усилению работ по качеству во многих компаниях. Большую пользу принесли как самооценки, так и получение оценок и рекомендаций от жюри. Опыт и программы улучшений победителей конкурса оказали влияние и на другие компании.

Европейская премия по качеству. Основная идея оценочной Модели EQA (Европейская награда качества) состоит в том, что удовлетворение требований потребителей и требований персонала и влияние на общество достигаются за счет лидерства в политике и стратегии, управлении персоналом, ресурсами и процессами, приводящего, в конце концов, к выдающимся результатам в деятельности компании.

С 1994 г. Европейская премия по качеству включает два вида наград:

1) Европейскую награду за качество (The European Quality Sward), которой награждается наиболее успешный последователь TQM в Западной Европе. Награда является переходящей и присуждается ежегодно;

2) Европейские призы за качество (The European Quality Prizes), присуждаемые тем коллективам, которые демонстрируют выдающееся мастерство в управлении качеством как с точки зрения выполнения их основных процессов, так и с точки зрения непрерывного улучшения собственной деятельности.

Награждение победителей проводится на форуме Европейского фонда управления качеством (EFQM). Победитель признается лучшей компанией Западной Европы в текущем году, показавшей наиболее успешное практическое применение TQM в конкретных для данной компании условиях. Однако следует подчеркнуть, что все без исключения компании, участвующие в конкурсе, оказываются в выигрыше и в первую очередь за счет того, что они вынуждены проводить самооценку с оглядкой на Комитет по присуждению награды.

Российская премия качества. Учреждена постановлением Правительства Российской Федерации от 12.04.1996.

Премия присуждается ежегодно, начиная с 1997 г., на конкурсной основе за достижение организацией значительных результатов в области обеспечения безопасности и качества продукции или услуг, а также за внедрение организацией высокоэффективных методов управления качеством. Ежегодно присуждается не более 12 премий, которые вручают лауреатам конкурса по время Всемирного дня качества (второй четверг ноября).

Модель оценки организации, претендующей на Российскую премию качества, близка к модели EQA. Она также характеризуется девятью критериями, которые дают возможные направления совершенствования деятельности организации и ориентиры для ее улучшения.

Участники конкурса оцениваются в баллах в соответствии с весовыми коэффициентами каждого из критериев. Все организации, принявшие участие в конкурсе, получают оценку деятельности в области качества и рекомендации по ее совершенствованию.

Если организация получает премию, то она и все ее филиалы лишаются права на получение следующей премии в течение пяти лет.

Безусловно, все имеющиеся на сегодняшний день награды и премии качества оказывают существенное влияние на развитие принципов TQM и использование концепций улучшения деятельности организаций.

Организационно-технологические методы делятся на две группы: методы контроля качества и методы регулирования качества.

Можно контролировать качество продукции и качество процесса ее создания. Объектами применения методов регулирования качества могут быть как продукция или процесс в отдельности, так и продукция и процесс в совокупности.

Контроль качества включает в себя проверку качества выполнения работ, их результатов и фактического достижения целей в области качества. Для этого в организации решаются следующие задачи:

- создание нормативов для измерения качества работ и их результатов;
- измерение параметров качества работ и продуктов – оценка соответствия нормативных и фактических результатов сравнения норм в области качества;
- проведение управляющих мероприятий в области качества.

Рассмотрев общие методы управления качеством, следует сделать вывод о том, что три из четырех групп данных методов призваны непосредственно воздействовать на персонал организации. Поэтому человеческому фактору в системе менеджмента качества необходимо уделять особое внимание.

В системе управления персоналом значительное место должно отводиться профессиональному подбору, основная цель которого – предупреждение неудачного выбора человеком рабочего места и напрасной потери им времени на попытку освоить профессию, для которой у него нет необходимых навыков. Одновременно и производство освобождается от ненужных экономических потерь, складывающихся из бесполезных затрат на обучения человека, а также из прямых потерь от брака, допущенного человеком от несвойственной ему работе.

Работа по профессиональному подбору весьма важна как с экономической, так и моральной точки зрения, так как разочарование и неудовлетворенность работой снижает мотивационный тонус самого работника, а нередко неосознанно подвергает психологическому на-

пряжению у окружающих, что заметно сказывается на климате и работе коллектива, его работоспособности.

Список используемой литературы

1. Аристов, О.В. Управление качеством : учебное пособие / О.В. Аристов. – М. : ИНФРА-М, 2004 с.: ил.
2. Гличев, А.В. Основы управления качеством продукции / А.В. Гличев. – М. : Стандарты и качество, 2001.
3. Крылова, Г.Д. Зарубежный опыт управления качеством / Г.Д. Крылова. – М. : Изд-во стандартов, 1992.
4. Леонов, И.Г. Управление качеством продукции / И.Г. Леонов, О.В. Аристов. – М. : Изд-во стандартов, 1990.

ЭКОНОМИКО-СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ УРОВНЯ БЕЗРАБОТИЦЫ В ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ

**Кельнер К.Б., студентка 3-й курс,
специальность «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»**

*Статья подготовлена под научным руководством канд. экон. наук,
доцента кафедры «Экономический анализ и качество»
Г.Л. Поповой*

Среди рынков особое место занимает рынок труда, являющийся фундаментом рыночных отношений. Рынок труда является органической составляющей любой рыночной экономики, выполняющей функции механизма распределения и перераспределения общественного труда по сферам и отраслям хозяйства, видам и формам занятости, по критериям эффективности труда и производства в соответствии со структурой общественных потребностей и форм собственности. Безработица является показателем, характеризующим тенденции развития рынка труда.

Безработица – социально-экономическое явление, когда часть экономически активного населения не находит себе работу. По определению Международной организации труда (МОТ) безработным считается любой, кто на данный момент времени не имеет работы, ищет работу и готов приступить к ней, т.е. только тот человек, который официально зарегистрирован на бирже труда. Численность безработных в каждый конкретный период зависит от цикла и темпов экономического роста, производительности труда, степени соответствия профессионально-квалификационной структуры рабочей силы существующему на нее спросу, конкретной демографической ситуации.

В каждом отдельно взятом регионе наблюдаются свои характерные особенности на рынке труда. В качестве объекта исследования была выбрана Тамбовская область.

Уровень безработицы в регионе в 2009 г. снизился по сравнению с докризисным 2008 г. Уровень зарегистрированной безработицы достиг показателя 1,2% экономически активного населения (в 2008 г. – 1,4%). На сегодняшний момент 6700 тамбовчан состоят на учете в центрах занятости. В банке вакансий содержится более 10 000 предложений. В основном, рабочие специальности, потребность в которых в этом году составила более 80%.

На основе данных по безработице за период с 2000 по 2010 г. был составлен прогноз на 2011–2012 гг.

В результате расчетов было получено уравнение регрессии вида:

$$y = 4,619t - 23,116.$$

Статистические характеристики модели представлены в табл. 1.

Согласно прогнозным расчетам безработица в 2011 г. будет составлять 32,31 тыс. чел. Это почти в два раза превышает уровень безработицы в 2006 г. А прогнозные расчеты на 2012 г. показывают, что уровень безработицы будет составлять 36,93 тыс. чел. Это в 4 раза больше по сравнению с уровнем безработицы в 2010 г.

1. Статистические характеристики модели

Показатели	Значения
Коэффициент корреляции	-0,650
Коэффициент детерминации	0,422 или 42,2%
Критерий Фишера	
– расчетный	6,567
– табличный (уровень значимости $q = 0,05$)	5,12
Критерий Стьюдента	
– расчетный	5,9
– табличный (уровень значимости $q = 0,05$)	2,09

Список используемой литературы

1. Бреев, Б.Д. Безработица в Тамбовской области / Б.Д. Бреев. – М. : Наука, 2010. – 269 с.
2. Кириллова, Н.В. Занятость населения / Н.В. Кириллова, Т.А. Хаконова. – Ростов н/Д : Феникс, 2001. – 320 с.
3. Павленков, В.А. Рынок труда. Занятость и безработица : учебник / В.А. Павленков. – М. : Изд-во МГУ, 2004. – 368 с.
4. Сотников, А.А. Рынок труда / А.А. Сотников. – М. : ЭКЗАМЕН, 2000. – 448 с.

ВЛИЯНИЕ ИЗМЕНЕНИЯ ВЕЛИЧИНЫ СРЕДНЕЙ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ НА ПОТРЕБЛЕНИЕ ТОВАРОВ В МАГАЗИНАХ БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ (НА ПРИМЕРЕ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

**Ковалева А.И., студентка 4 курса,
специальности «Бухучет, анализ и аудит»**

*Статья подготовлена под научным руководством канд. экон. наук,
доцента кафедры «Экономический анализ и качество»
Т.М. Коноваловой*

С каждым днем техника все больше и больше входит в нашу жизнь, становясь неотъемлемой ее частью. Практически невозможно представить себе квартиру без плиты и холодильника, а служащего в офисе без компьютера. Постоянно увеличивается количество магазинов бытовой техники и ассортимент в них, появляются новые товары, и увеличивается желание потребителя приобрести технику.

Разразившийся экономический кризис снижает покупательную способность большинства населения, в связи с этим изменяются предпочтения покупателей. Какая техника стала необходимой для жизни, а какая труднодоступна для многих? На какие товары наиболее высокий спрос? Зависит ли покупательная способность от изменения цен на товар? Как влияет изменение заработной платы на приобретение потребителем тех или иных товаров?

Для ответа на эти вопросы рассмотрим средний доход по тамбовской области и количество продаж в магазинах бытовой техники за период 2010 – 2012 гг. Бытовую технику, которой пользуется в повседневной жизни большинство людей можно разделить на следующие группы:

- крупная бытовая техника (холодильники, стиральные машины, плиты, встраиваемая техника);
- малая бытовая техника (климатическая техника – обогреватели, кондиционеры; утюги, чайники, микроволновые печи, фены, пылесосы);
- аудио-видео техника (телевизоры, музыкальные центры, домашние кинотеатры);
- компьютерная техника.

Рассмотрим магазин «А», в котором представлен ассортимент по всем группам товаров. Объем продаж представлен на схемах (рис. 1).



Рис. 1

В отделе аудио-видео техники количество продаж в 2012 г. уменьшилось на 30% по сравнению с 2010 г. В отделе компьютерной техники количество продаж в 2012 г. уменьшилось на 20,8% по сравнению с 2010 г. В отделе крупной бытовой техники количество продаж в 2010 г. увеличилось на 29,5% по сравнению с 2010 г. В отделе малой бытовой техники количество продаж в 2012 г. увеличилось на 11,7% по сравнению с 2010 г.

Рассмотрим магазин «Б», специализирующийся на продаже компьютерной техники. Объем продаж представлен на схеме (рис. 2).

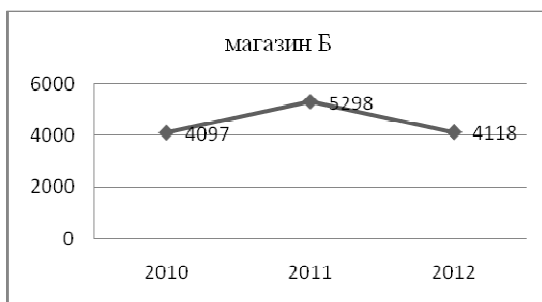


Рис. 2

В магазине Б количество продаж в 2011 г. увеличилось на 1201 единицу по сравнению с 2010 г., но в 2012 г. зафиксировано резкое снижение количества продаж, которое практически достигло уровня 2010 г.

Необходимо учитывать, что в сфере торговли огромное значение имеет цена товара. В магазине Б цены на товар ниже, чем в магазине А в среднем на 10% (разница в цене может колебаться от 4 до 16%).

Заработная плата является главным фактором, влияющим на покупательную способность. Изменение средней заработной платы по городу Тамбову представлено на схеме (рис. 3).

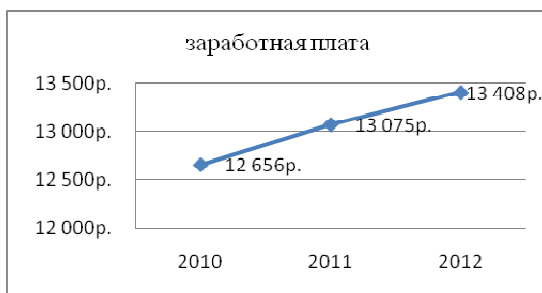


Рис. 3

Как видно, средняя заработная плата в г. Тамбове к 2012 г. увеличилась на 5,9% по сравнению с 2010 г. Необходимо отметить, что одновременно с увеличением заработной платы увеличивается цена на товар: в магазине А в 2012 г. цены увеличились в среднем на 7% по сравнению с 2010 г.; в магазине Б в 2012 г. цены увеличились в среднем на 4% по сравнению с 2010 г.

Учитывая вышеизложенное, можно уверенно сказать о том, что количество продаж в магазине Б практически не изменилось по сравнению с 2010 г. и цены на товары росли более низкими темпами, чем заработная плата. Обратная ситуация сложилась в магазине А по товарным группам аудио-видео и компьютерной техники, рост цен на которую превысил рост заработной платы. Количество продаж товарных групп крупной и мелкой бытовой техники увеличивается независимо от увеличения цен на товары и изменения заработной платы, из чего можно сделать вывод, что крупная бытовая техника является наиболее востребованной у потребителей, эти товары являются неотъемлемой частью жизни человека.

Товары групп аудио-видео и компьютерная техника, относящиеся к дорогостоящим товарам, по-прежнему являются труднодоступными для большей части населения страны. Цены на товары этой группы увеличиваются быстрее, чем увеличивается заработная плата и это усугубляет ситуацию. Согласно статистическим данным в России сегодня на шесть человек приходится один компьютер.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В ПРОГНОЗИРОВАНИИ СОСТОЯНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА

**Коновалова Т.М., канд. экон. наук, доцент кафедры
«Экономический анализ и качество»**

Быстрота и внезапность возникновения факторов дестабилизации, способных перерасти в угрозу безопасности, предполагает построение системы управления экономической безопасностью на основе проблемно-ориентированного подхода. Характерной особенностью проблемно-ориентированного подхода является использование в нем принципа опережающего управления. Опережающее управление направлено на прогнозирование всей совокупности возможных проблем в области экономической безопасности, поиск и выбор альтернативных путей их решения и достижение целевых установок, выявление перспективных резервов социально-экономического развития. В этой связи, прогнозирование рассматривается как важнейшая составная часть системы управления состоянием экономической безопасности.

Эффективность управленческих решений напрямую зависит от качества прогнозно-аналитических исследований. Эти исследования и прогнозы, разработанные на их основе, должны свести к минимуму непредвиденные и негативные последствия принимаемых управленческих решений, уменьшить неопределенность их конечного результирующего эффекта. С этой целью к прогнозам состояния экономической безопасности предъявляются следующие требования:

- высокий уровень достоверности прогнозов, или достаточно высокая степень вероятности прогнозных оценок;

- комплексность прогноза, т.е. в прогнозе должна быть дана достаточно полная характеристика и динамика происходящих социально-экономических процессов;

- сбалансированность прогнозных оценок, подразумевающая сбалансированность различных, структурных блоков в прогнозе и между собой;

- непрерывность прогнозирования, т.е. прогнозы различных периодов прогнозирования должны быть сопряжены между собой и логически, и функционально, и информационно.

В условиях федеративного устройства страны региональный аспект прогнозирования играет особую роль. Все регионы, как субъекты Федерации, являются объектами управления со стороны федеральных органов власти (Центра) в области обеспечения экономической безопасности Российской Федерации. В то же время, субъекты Федерации в рамках отведенных им полномочий могут и должны осуществлять собственную экономическую политику, направленную на обеспечение и поддержание экономической безопасности на своих территориях. Поэтому, с одной стороны, неправильно выбранная Центром экономическая политика, неадекватные управленческие решения, принятые Центром, могут привести к угрозе состояния экономической безопасности какого-либо региона, с другой стороны, действия, а точнее бездействие региональных органов власти по поддержанию экономической безопасности региона могут привести к возникновению очагов кризиса в регионах, угрожающих национальной экономической безопасности. Отсюда вытекает необходимость четкого взаимодействия Центра и регионов в области прогнозирования состояния экономической безопасности, а также взаимодействия органов управления субъекта Федерации с другими регионами.

На рисунке 1 представлена схема прогнозирования состояния экономической безопасности. Федеральный Центр имеет возможные варианты осуществления политики в области обеспечения экономической безопасности страны. Каждый вариант обозначим символом a , а всю совокупность возможных вариантов (множество) – через A .

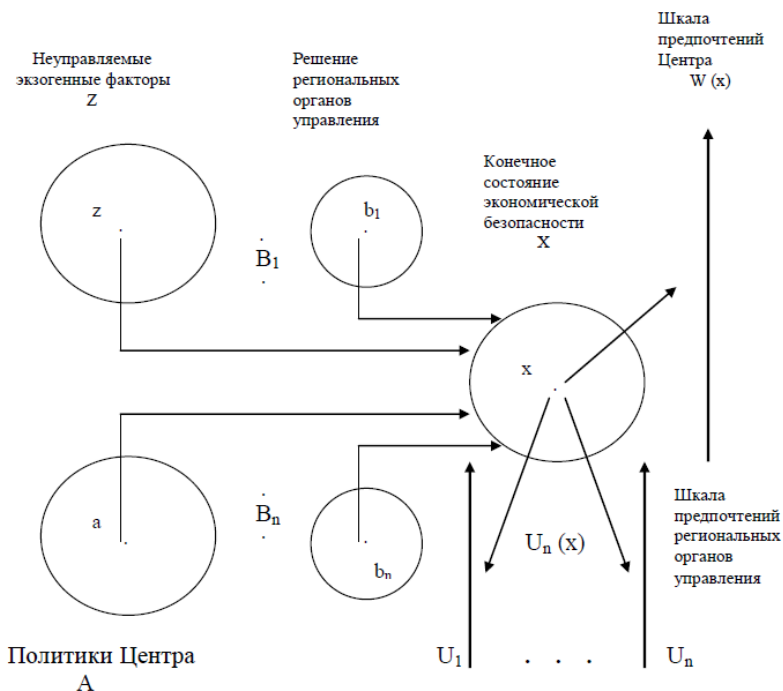


Рис. 1. Схема прогнозирования состояния экономической безопасности

Известно, что состояние экономической безопасности зависит от влияния ряда внешних, экзогенных (неуправляемых) факторов. Например, дискриминационные меры зарубежных стран и их сообществ во внешнеэкономических отношениях с Россией, изменения конъюнктуры мирового рынка и др. Обозначим экзогенные факторы через z , а всю совокупность этих факторов через Z . Заметим, что в условиях децентрализации управления, реализация основных направлений государственной политики в области обеспечения экономической безопасности не возможна без учета специфики развития региона и принимаемых региональными органами управленческих решений, исходя из их интересов и направлений регионального развития. Предположим, что существует n количество региональных органов управления. Пусть переменная B_i описывает возможное управленческое решение региональных органов управления i . Совокупность возможных решений региональных органов формируют множество B . В этом случае, все возможные варианты состояния экономической безопасности образуют множество X , которое ограничено:

- множеством возможных стратегий A , т.е. возможными вариантами политики государства в области обеспечения экономической безопасности;
- множеством возможных вариантов управленческих решений региональных органов в области обеспечения экономической безопасности своих территорий – B ;
- множеством возможных значений экзогенных факторов – Z

$$x = f(a, b_1, \dots, b_n, z).$$

Из всех возможных вариантов X Центр выбирает вариант наиболее приемлемый для страны, т.е. наиболее предпочтительный из всех вариантов. С этой целью формируется шкала предпочтений, которую обозначим через $W(x)$. Предполагается, что если состояние экономической безопасности в будущем x' предпочтительней состояния x'' , то $W(x') > W(x'')$.

Региональные органы власти, преследуя свои интересы, имеют собственную шкалу предпочтений. Обозначим ее через $U_i(x)$. При этом общая схема прогнозирования позволяет включить компоненты x (исходя из специфики социально-экономического развития отдельно взятого региона) во все функции предпочтения, ибо предполагается, что некоторые параметры состояния экономической безопасности представляют интерес для всех участников процесса принятия прогнозируемых управленческих решений (как федерального, так и регионального уровней).

Придавая показателю a всевозможные значения из множества A , показателю b – все возможные значения b_1, \dots, b_n из множества B_1, \dots, B_n и z – из множества Z , можно определить полный набор вариантов возможного конечного состояния экономической безопасности.

Представленная схема прогнозирования состояния экономической безопасности нацелена на координацию деятельности федеральных и региональных органов управления в области обеспечения экономической безопасности и достижение интеграции их интересов. Поэтому индивидуальные функции предпочтения регионов $U_1(x), \dots, U_n(x)$ выбираются таким образом, чтобы способствовать достижению максимума общей функции предпочтения $W(x)$. Таким образом, прогнозирование состояния экономической безопасности позволяет реализовать стратегию, направленную на недопущение перерастания факторов дестабилизации в угрозу безопасности страны и ее регионов. Стратегия сегодняшнего дня, основанная на «запаздывающем» регулировании уже развернувшихся негативных процессов (угроз и опасностей) должна уступить место разработке и проведению в жизнь прогнозируемых управленческих решений, призванных выявить и предупредить воздействие факторов дестабилизации, перерастания их в угрозу безопасности.

ПРОБЛЕМЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

**Корнеева Т.Г., студентка 4 курса,
специальности «Бухучет, анализ и аудит»**

*Статья подготовлена под научным руководством канд. экон. наук,
доцента кафедры «Экономический анализ и качество»*

Т.М. Коноваловой

Современные торговые отношения развиваются быстрыми темпами, и в условиях этого развития возникает необходимость существования организаций, занимающихся оптовой торговлей, в частности, зерновыми культурами. Такие организации обеспечивают производителей сырьем с определенными показателями качества, являясь при этом как бы посредниками между предприятиями-потребителями и фермерскими хозяйствами. Посредничество вытекает из того, что как заводам, так и фермерским хозяйствам невыгодно тратить силы и время на проведение лабораторных исследований, организацию грузоперевозок, поиски продавцов и покупателей соответственно. Но даже при такой острой необходимости создания подобных организаций, последние находятся в весьма жестких условиях, имея при этом ряд серьезных проблем. Во-первых, деятельность компаний напрямую зависит от погодных условий, а значит, только компании с устойчивым положением могут позволить себе узкую специализацию, остальные же вынуждены заниматься реализацией различными видами зерновых культур. Во-вторых, специфика деятельности требует наличие высококвалифицированных специалистов, в ряд которых входят менеджеры, бухгалтеры, руководители.

Одной из организаций, занимающихся оптовой торговлей зерном, является ООО «ОКТА». Существовая на зерновом рынке сравнительно недавно – с 2010 г. – она успела ощутить на себе все трудности ведения бизнеса в этой сфере.

Во-первых, при создании организации планировалось специализироваться на ячмене пивоваренном. Но проработав год, компании пришлось отказаться от этой идеи и расширить список реализуемого зерна до подсолнечника, кукурузы и пшеницы.

Во-вторых, за второй год своего существования компания воспользовалась заемными средствами в размере 16 441 тыс. р. на осуществление сделок. Но из-за отсутствия квалифицированных работников,

вовремя не были заключены договора с заводами и фермерскими хозяйствами. Следствием этого явились высокие затраты – 43 573 тыс. р., и низкая выручка – 54 847 тыс. р. При наличии прочих расходов, компания по итогам деятельности 2011 г. получила убытки – 7 362 тыс. р. Следовательно, без принятия серьезных и оперативных мер, фирма может стать банкротом.

Как создать условия для благоприятного развития организаций, занимающихся оптовой торговлей зерном? Рассмотрим несколько вариантов решения проблем, возникающих при осуществлении торговой деятельности.

Что касается решения проблемы поиска квалифицированных работников, то здесь необходимо разработать анкеты, наиболее полно отражающие сведения о требуемых качествах сотрудника, а также подготовить план проведения собеседования. Данный подход поможет отобрать работников с необходимым уровнем квалификации.

При наличии таких сотрудников можно будет решить ряд задач, стоящих перед каждой оптовой организацией, осуществляющей свою деятельность в сфере АПК.

Во-первых, работникам отдела закупок необходимо будет создать информационную базу фермерских хозяйств, при этом выявить для себя потенциальных поставщиков и выбрать способ их привлечения к сотрудничеству. Так, например, организация может проводить лабораторные исследования с целью определения качества посевного материала, используемого фермерскими хозяйствами, до осуществления договоров купли-продажи.

Во-вторых, работники отдела продаж с целью привлечения покупателей могут разработать используемую по всему миру систему прогрессивных скидок. Так, например, с 10 т закупленного зерна – скидка будет 1%, а со 100 т зерна – 15%.

Одним из способов защиты деятельности организаций является лоббирование интересов областных поставщиков на уровне районных и областных органов власти. Так, например, фермерские хозяйства, осуществляющие поставку зерна организациям своего региона, будут иметь ряд льгот, в отличие от фермеров, поставляющих сырье производственным организациям других регионов.

Оптовые организации торговли зерновыми культурами являются важным элементом современных рыночных отношений, поэтому необходимо создавать благоприятные условия для осуществления ими своей деятельности.

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ПЛАТНЫХ УСЛУГ В ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Крыкова Т.Ю., студентка 3-й курс,
специальность «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

*Статья подготовлена под научным руководством канд. экон. наук,
доцента кафедры «Экономический анализ и качество»*

Г.Л. Поповой

За 2009 г. население области потратило на платные услуги 24,3 млрд. р., что выше уровня 2008 г. на 0,1% (в сопоставимых ценах). В целом по Российской Федерации отмечается снижение оказанных услуг населению относительно уровня 2008 г. на 4,3%.

По объему платных и бытовых услуг на душу населения Тамбовская область занимает третье место среди областей Центрально-Черноземного района [1].

Динамика коэффициента роста платных услуг по Тамбовской области, за период с 2001 по 2009 гг., представлена на рис. 1.

Самый высокий коэффициент роста платных услуг наблюдался в 2008 г. (117,4%).

На основе представленных данных было рассчитано уравнение регрессии вида:

$$y = 106,228 + 0,383t.$$

где y – коэффициент роста платных услуг, %; t – время, годы.

Рассчитанные статистические характеристики позволяют сделать вывод о значимости рассчитанного уравнения регрессии (табл. 1). Коэффициент регрессии принимает положительное значение. Следовательно он имеет тенденцию к росту (связь прямая).

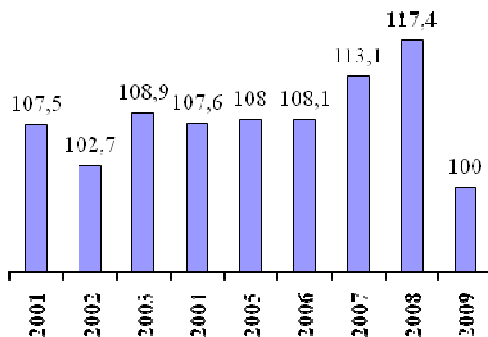


Рис. 1. Коэффициент роста платных услуг, в %

1. Статистические характеристики уравнения регрессии

Показатели	Значения
Критерий Фишера	-22,343
Критерий Стьюдента	135591507,0
Коэффициент Детерминации	2,678

На основе полученного уравнения регрессии были определены прогнозные значения коэффициента роста платных услуг на период с 2010 по 2012 г. В 2010 г. ожидается значение коэффициента роста платных услуг равное 110,058%, в 2011 г. – 110,441%, а в 2012 г. – 110,824%.

Список используемой литературы

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. – URL : www.gks.ru

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПЕЕЗДОК РОССИЙСКИХ ГРАЖДАН ЗА ГРАНИЦУ

**Кузьмина К.О., студентка 4 курса,
специальности «Бухучет, анализ и аудит»**

*Статья подготовлена под научным руководством канд. экон. наук,
доцента кафедры «Экономический анализ и качество»
Т.М. Коноваловой*

Понятие кризис имеет много уровней и трактовок. Экономический кризис – это резкое нарушение существующего равновесия, вследствие нараставших диспропорций экономических показателей.

Как известно с 2008 г. весь мир охватил мировой финансовый кризис – это резкое уменьшение стоимости каких-либо финансовых инструментов. Он коснулся всех стран, в том числе и России. Исходной категорией для понимания экономических кризисов является понятие экономического цикла. Экономический цикл можно определить как временной интервал между двумя качественно одинаковыми состояниями экономической конъюнктуры. Экономические колебания представляют собой отклонения от стабильного состояния важнейших параметров экономики – объема производства, уровня цен, занятости населения и др. Экономический кризис повлиял на все сферы жизни населения, в том числе и в сфере потребления (к примеру, поездки за границу).

На рисунке 1 отражены поездки российских граждан за границу по различным целям и группировкой поездок на служебные, туризм, частные и поездки обслуживающего персонала (водители автотранспортных средств и экипажа морских, речных и воздушных судов, бригады железнодорожного транспорта). Лидирующей страной в туристических поездках является Турция, на ее число приходится 2682 тыс. поездок. В служебных поездках первое место занимает Китай – 366 тыс. поездок. В группе частных поездках лидерами являются Финляндия и Эстония, что составляет 2846 и 1573 тыс. поездок соответственно. Финляндия также занимает первое место по количеству поездок обслуживающего персонала – 446 тыс. поездок.

В таблице 1 представлено численное значение служебных, туристических, частных поездок, а так же поездок обслуживающего персонала. Если рассмотреть общее количество всех поездок в страны дальнего зарубежья, то можно выделить Италию. На эту страну приходится минимальное значение, которое составляет 734 тыс. поездок. Близкое к ней положение занимает Литва и Испания. Максимальное значение поездок принадлежит Финляндии – 4415 тыс. поездок.

На рисунке 2 представлены процентное отношение поездок российских граждан за границу по группам: служебные, туризм, частные, обслуживающий персонал. Как видим служебные поездки составляют 4,1%, туризм – 48,0%, частные – 40,9%, обслуживающий персонал – 7,0%.

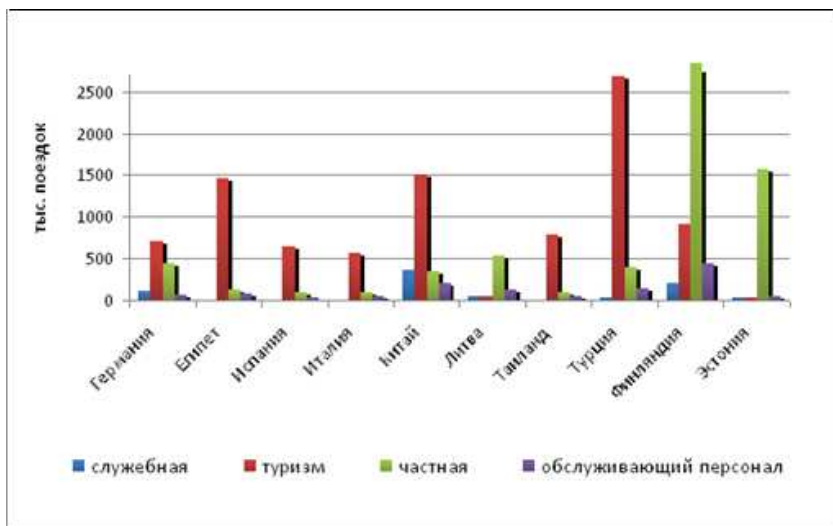
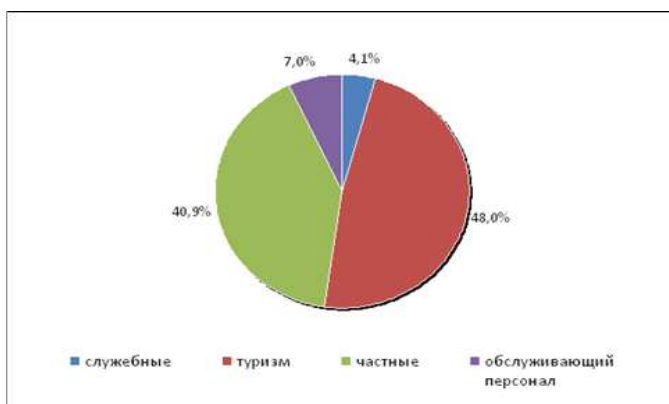


Рис. 1. Число поездок российских граждан за границу по целям поездок в 2011 г.

**1. Число поездок российских граждан за границу по
целям в 2011 г. (тысяч)**

Число поездок	Всего	В том числе по целям			
		служеб- ная	туризм	частная	обслу- живаю- щий персонал
Число поездок всего	29 271	1203	14 052	11 962	2054
в том числе страны:					
Финляндия	4415	211	912	2846	446
Турция	3259	33	2682	397	147
Китай	2433	366	1502	353	211
Эстония	1678	26	25	1573	55
Египет	1659	6	1453	128	73
Германия	1325	111	702	441	71
Таиланд	918	2	780	94	41
Испания	786	11	645	90	39
Литва	756	44	47	537	128
Италия	734	21	572	101	39



**Рис. 2. Структура поездок российских граждан за границу по
целям в 2011 г.**

Динамика поездок российских граждан за границу по целям за 2010–2011 гг. отражена в табл. 2.

Представленные в таблице данные свидетельствуют о росте поездок российских граждан за границу по всем группам. Темп роста общего числа поездок составляет 114,85%. Это можно рассматривать как один из критериев свидетельствующий о сглаживании негативных моментов экономического кризиса и роста возможностей стабилизации экономики в перспективе.

2. Поездки российских граждан за границу по целям за 2010–2011 гг. (тысяч)

Число поездок	Число поездок российских граждан за границу	
	2010	2011
Всего	25 487	29 271
в том числе по целям:		
служебная	1133	1203
туризм	12 231	14 052
частная	10 188	11 962
обслуживающий персонал	1936	2054

НОВАЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

**Марченко А.В., 3 курс,
направление «Менеджмент»**

*Статья подготовлена под научным руководством канд. экон. наук,
доцента кафедры «Экономический анализ и качество»
Е.В. Нижегородова*

В 1960 – 1970-х гг. в недрах неоклассического теоретического направления началась формироваться «новая институциональная экономическая теория» или неоинституционализм. Впервые термин «новая институциональная экономическая теория» применил О. Уильямсон в книге «Рынки и иерархии. Анализ и выводы для антимонополистического регулирования». Если в 1986 г. заявление Р. Меттьюса о том, что институциональная экономика становится одной из самых оживлен-

ных областей экономической теории, было неожиданностью, по выражению О. Уильямсона «сюрпризом» [1, с. 9], то к настоящему времени общепризнанно, что именно институциональная теория является одним из самых перспективных и быстроразвивающихся направлений экономической мысли.

В основу «новой институциональной экономической теории» положены два постулата:

1) признание значимости фактора институциональной среды в экономическом анализе («институты имеют значение»);

2) утверждение о том, что изучать институты можно на основе методологических принципов неоклассической теории. Тем самым подчеркивается, что «новый» институционализм вырастает на основе неоклассики и принципиально отличается от институциональной теории, существовавшей ранее («классического» институционализма). Различия между ними в следующем.

1. Признавая институты в качестве базовой единицы анализа (предмета исследования) «новые» институционалисты строят свой анализ на основе принципа методологического индивидуализма, сохраняя предпосылку об индивидуальном поведении человека [2, с. 20].

2. Представители «классического» институционализма определяют институты как естественно сложившиеся культурные нормы и традиции, которые формируют взаимосвязи между людьми, делают поведение индивида понятным и предсказуемым для других, облегчая тем самым их деятельность.

3. «Новые» институционалисты, как и представители неоклассического направления, рассматривают предпочтения индивидов как стабильные и экзогенные.

4. «Классический» институционализм обращал внимание на действие коллективов (правительство, политические партии, профсоюзы).

5. Представители «классического» институционализма, используя понятие «институт» для объяснения экономических феноменов, не смогли раскрыть механизм формирования самих институтов (чаще всего, связывая их складывание с технологическими и психологическими факторами).

6. В центре внимания оказываются проблемы, оставшиеся за чертой анализа в неоклассической модели рынка: проблема прав собственности; трансакционных издержек; организаций.

7. «Новые» институционалисты более последовательно проводят принцип методологического индивидуализма, считая, что решения принимают только люди [3].

8. «Новые институционалисты» меняют предпосылки анализа, принятые в неоклассической модели. Вместо принятой ранее предпо-

сылки о рациональном поведении человека в процессе принятия решений, вводятся предположения об «ограниченной рациональности» (высказано Г. Сайманом и развито О. Уильямсоном), и об «оппортунистическом поведении хозяйственных агентов» [4, с. 40]. Саймон Г. полагает, что «поиск максимума целевой функции крайне сложен, если вообще возможен и индивиды преследуют стратегию поиска удовлетворения и ищут решение, удовлетворяющее наперед заданным ограничениям» [5, с. 27].

Экономить на интеллекте в рамках модели ограниченной рациональности можно двумя способами, во-первых, в ходе самих процессов принятия решения, во-вторых, прибегая к помощи властных структур» [6, с. 41].

Таким образом, происходит изменение представлений о предмете экономической теории. Она становится «наукой о контрактах», а не «наукой о выборе». Согласно такому определению целью хозяйственной деятельности становится не максимизация прибыли, а снижение затрат на управление сделками – трансакционных издержек [4, с. 43].

В 1980-х гг. в «новом» институционализме четко выделяются два направления исследований.

1. Анализ институциональной среды и ее влияния на поведение экономических агентов. При этом институты, действующие в частной сфере, изучает экономическая теория прав собственности (Р. Коуз, Г. Демсец, А. Алчиан, Э. Фуруботн, С. Пейович). Институты, которые показывают воздействие на процесс принятия политических решений, исследует теория общественного выбора (Дж. Бьюкенен, Г. Таллок, М. Олсон, В. Нисканен, Д. Мюллер).

2. Анализ контрактных отношения (экономических организаций). В рамках такого подхода институты рассматриваются как механизмы управления контрактными отношениями.

Французский исследователь Клод Менар, пытаясь определить предмет институциональной экономики, замечает: «Фундаментальная характеристика такого подхода состоит в том, что он стремится анализировать и соединить между собой институциональную среду, трактуемую как совокупность правил игры, ограничивающих поле возможных действий для экономических агентов и институциональные соглашения» [7].

Основоположником «новой» институциональной теории считается Р. Коуз. Им было введено понятие «трансакционных издержек», которое является одним из важнейших терминов «нового» институционализма. В своей работе «Теория фирмы» Р. Коуз определил трансакционные издержки как издержки пользования рыночным механизмом. Позднее и сам Коуз и его последователи уточняли это понятие.

В книге «Фирма, рынок, право» Р. Коуз определял трансакционные издержки как «издержки сбора и обработки информации, издержки проведения переговоров и принятия решений, издержки контроля и юридической защиты выполнения контрактов» [8, с. 9].

Список используемой литературы

1. Newsletter, Fall, 1999. – V. 2. – N. 2.
2. Норт, Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт. – М. : Начала, 1997.
3. Капелюшников, Р.И. Экономическая теория прав собственности / Р.И. Капелюшников. – М., 1990.
4. Гульбина, Н.И. Эволюция институциональной теории : учебное пособие / Н.И. Гульбина. – М. : Новый учебник, 2004. – 104 с.
5. Саймон, Г.А. Рациональность как процесс и продукт мышления / Г.А. Саймон // THESIS, 1993. – Вып. 3.
6. Уильямсон, О. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, «отношенческая контрактация» / О. Уильямсон. – СПб. : Лениздат, 1996.
7. Менар, К. Экономика организации / К. Менар. – М. : ИНФРА-М, 1996.
8. Коуз, Р. Фирма, рынок и право / Р. Коуз. – М. : Дело ЛТД, 1993.

КАЧЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ ПРИ ПРОМЫШЛЕННОМ ОСВОЕНИИ МЕСТОРОЖДЕНИЯ «ЦЕНТРАЛЬНОЕ»

**Нацвина Т.Н., студентка 5 курса,
специальности «Экономика и управление»**

*Статья подготовлена под научным руководством канд. экон. наук,
доцента кафедры «Экономический анализ и качество»
Р.В. Жарикова*

Особую известность и значение в последнее время приобрела теория конкурентных преимуществ, развивающая теорию размещения, теории полюсов роста и другие теории [1]. Эта теория в настоящее время является базовой как для стратегии развития на уровне стран, так и на уровне регионов. В основе ее лежат конкуренция и локальные детерминанты технологического прорыва. В российской литературе это направление получило наименование поиска и развития «точек роста экономики». Страна и регионы должны максимально использовать свои производственные, интеллектуальные, технологические,

природные или иные преимущества при составлении и реализации программ своего развития [2].

Тамбовская область уступает большинству регионов страны по всем показателям – по ВВП на душу населения, по ожидаемой продолжительности жизни и даже по уровню образования населения. Низкий ВРП на душу населения, пониженные доходы населения тянут вниз за собой и другие показатели качества жизни населения.

Однако, перспективная «точка роста» экономики области на базе промышленного освоения циркон-рутил-ильменитового россыпного месторождения в области все-таки имеется.

Месторождение циркон-рутил-ильменитовых песков «Центральное» открыто в 40 км от Тамбова в 1959 г. Эксперты независимой британской компании "Howe international LTD" полагают, что месторождение занимает третье место в мире по запасам рутила. Добыча титана и циркония на Центральном обещает быть одной из самых дешевых (цена цирконового концентрата доходит до 500 долл. / т) [3].

В 2004 году администрация Тамбовской области и ОАО «Норильский никель» подписали соглашение о реализации программы освоения месторождения «Центральное». Этот документ определил комплекс мероприятий, связанных с оформлением работ на земельных участках при пользовании недрами. Стоимость проекта, включающего разработку карьера и строительство обогатительной фабрики, составляла 100 млн. долларов. Такой объем производства должен создать условия дальнейшего развития региона (появление химического кластера, кластера цветной металлургии, кластера строительной индустрии на базе строительства нового горно-обогатительного комбината).

Для Тамбовского региона строительство такого крупного предприятия – настоящий прорыв. Его пуск будет способствовать комплексному развитию территории. Стабильной работой на предприятии будут обеспечены жители г. Рассказово и близлежащих населенных пунктов. Регион получит дополнительно весомые налоговые поступления в бюджет, дополнительные рабочие места, дополнительные инвестиции для развития промышленности и инфраструктуры.

В свою очередь губернатор Тамбовской области Олег Бетин подчеркнул, что главное – не допустить в этом деле волокиты, действовать конструктивно, оперативно, слаженно и создать для инвестора благоприятные условия деятельности.

Горно-обогатительное производство производительностью 3,4 млн. м³ песков в год на Тамбовщине открывает огромные возможности для развития экономики региона.

Список используемой литературы

1. Портер, М. Конкуренция / М. Портер. – М. : Вильямс, 2003.
2. Корчагин, Ю.А. Региональная экономика и финансы : учебное пособие / Ю.А. Корчагин. – Воронеж : ЦИРЭ, 2010. – 260 с.
3. <http://www.infogeo.ru/metalls/press/?act=show&rev=4190>

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ТЕРМИНА «КАЧЕСТВО ЖИЗНИ»

**Нижегородов Е.В., канд. экон. наук, доцент кафедры
«Экономический анализ и качество»**

В научных публикациях можно найти множество определений термина «качество жизни». Нами была сделана попытка систематизировать данные определения (табл. 1) и выделить в них общие и отличительные черты.

1. Определения термина «качество жизни»

Автор	Значение термина «качество жизни»
Дж. Форрестер	Качество жизни – степень удовлетворения материальных и духовных потребностей (результат комбинации различных статистических величин: уровня преступности, безработицы, доходов) [1, с. 3]
Д.С. Львов	Качество жизни – степень соответствия уровня жизни (условия существования человека) человеческим потребностям [2, с. 6]
Министерство науки и технологий Российской Федерации; Всероссийский научный исследовательский институт технической эстетики	1. Качество жизни – социологическая категория, отражающая степень удовлетворения физиологических, материальных, духовных, интеллектуальных, культурных, эстетических, этических и других потребностей людей, это определенная социальная реальность, существующая в конкретно-историческом времени, в рамках данной общественно-экономической формации и проявляющаяся в повседневной жизнедеятельности социальных классов, слоев, групп, отдельных индивидов [3]. 2. Качество жизни – совокупность свойств жизни, выражающих соответствие всех ее сторон и всего содержания потребностям, интересам и ценностным ориентациям людей (отдельного человека или определенного сообщества [3])

Автор	Значение термина «качество жизни»
А.И. Субетто	Качество жизни – система качеств духовных, материальных, социокультурных, экологических и демографических компонентов жизни [4, с. 3]
Г.М. Заракowski	Качество жизни – совокупность характеристик, определяющих соответствие процессов, результатов и условий жизнедеятельности индивидов, социальных групп, общества природно-заданным и культурно-обусловленным позитивным потребностям в их объективном и субъективном проявлении [5]
И. Гундаров	Качество жизни – психическое состояние человека ощущать себя счастливым [6]
Б.В. Бойцов, Ю.В. Крянев, М.А. Кузнецов	Качество жизни – интегральная качественная характеристика жизни людей, раскрывающая по отношению к обществу в целом критерии его жизнедеятельности, условия жизнеобеспечения, а также условия жизнеспособности общества как целостного социального организма [7, с. 19]
«Общественный совет по вопросам качества жизни граждан РФ»	Качество жизни – комплексная характеристика социально-экономических, политических, культурно-идеологических, экологических факторов и условий существования личности, положения человека в обществе [8]
М.В. Федоров, Е.Е. Задесенец	1. Качество жизни – совокупность жизненных ценностей, характеризующих созидательную деятельность, удовлетворение потребностей и развитие человека, удовлетворенность людей жизнью, социальными отношениями и окружающей средой [9, с. 64]. 2. Качество жизни – комплекс характеристик жизнедеятельности человека, группы людей или населения в целом, обуславливающих ее оптимальное протекание в конкретное время и в определенных условиях и обеспечивающих адекватность ее параметров основным видам деятельности и потребностям человека [9, с. 64]

Автор	Значение термина «качество жизни»
<p>Научно-исследовательская лаборатория по проблемам качества жизни г. Белгород</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Качество жизни – единство показателей, которые характеризуют уровень реализации потребностей человека и степень удовлетворенности его осуществлением своих жизненных планов (жизненных стратегий), и соотносятся, с одной стороны, с минимальными социальными стандартами, с другой стороны – с ресурсными возможностями общества [10, с. 9]. 2. Качество жизни – комплексная характеристика удовлетворения материальных и культурных потребностей людей [11, с. 8]
<p>В. Бабинцев, А. Гармашев, Г. Ушамирская</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Качество жизни – степень комфортности человека, как внутриличностной, так и в рамках макро- и микросоциума (субъективистский подход) [12, с. 44]. 2. Качество жизни – наличие возможностей реализации потребностей субъектов в рамках того или иного социального пространства (объективистско-потребительский подход) [12, с. 44]. 3. Качество жизни – это комплексная характеристика удовлетворения материальных и культурных потребностей людей, сложившихся условий жизнедеятельности и свободного развития отдельного человека и общества в целом (количественно-потребительский) [12, с. 44]. 4. Качество жизни – совокупность жизненных ценностей, характеризующих структуру потребностей и условий существования человека, удовлетворенность людей жизнью, социальными отношениями и окружающей средой (аксиологический) [12, с. 44]. 5. Качество жизни – комплекс характеристик жизнедеятельности индивида, обуславливающих ее оптимальное протекание в конкретном времени, в определенных условиях и обеспечивающих адекватность параметров жизни видам деятельности и потребностей человека (количественно-объективистский/комплексный) [12, с. 44].

Автор	Значение термина «качество жизни»
В. Бабинцев, А. Гармашев, Г. Ушамир- ская	<p>6. Качество жизни – степень комфортности общественной и природной среды, жизнедеятельности человека и уровня благосостояния, социально-духовного и физического здоровья (синтетический/количественно-субъективистский) [12, с. 44].</p> <p>7. Качество жизни – это удовлетворенность населения благоприятной динамикой социально-экономических изменений (субъективно-социодинамический) [12, с. 44].</p> <p>8. Качество жизни – индивидуальное соотношение своего положения в жизни общества, в контексте культуры и системы ценностей этого общества, с целями данного индивидуума, его планами, возможностями и степенью общего неустройства (реляционистский) [12, с. 44]</p>
А. Васильев, В. Губанов	<p>Качество жизни – это совокупность параметров, отражающих измерение течения жизни с оценкой физического состояния, психологического благополучия, социальных отношений и функциональных способностей [13, с. 34]</p>
Джон Ван Гиг	<p>Качество жизни – состояние благополучия человека [14, с. 314]</p>
П.Д. Косинский	<p>Качество жизни – это социально-экономическая категория, которая представляет собой совокупность основных условий и характеристик всей жизнедеятельности человека, проявляющихся в масштабе самих потребностей, а также в объеме, форме и способах их удовлетворения [15, с. 113]</p>
Б.М. Генкин	<p>Качество жизни – степень удовлетворения потребностей человека, определяемая по отношению к соответствующим нормам, обычаям и традициям, а также по отношению к уровню личных притязаний [16, с. 22]</p>

Автор	Значение термина «качество жизни»
В.Ф. Безьязычный	1. Качество жизни – существенная определенность бытия, которая проявляется через способность удовлетворять конкретную совокупность потребностей [17, с. 6]. 2. Качество жизни – совокупность условий физического, умственного, морального и социального благосостояния отдельных групп населения при достижении приемлемого уровня жизни [18, с. 6]
А.Л. Васильев	Качество жизни – универсальный и всеми распознаваемый образ того, к чему мы хотим стремиться [19, с. 6]
Е. Неретина, Т. Салимова, М. Салимов	Качество жизни – динамичное системно-целостное образование, имеющее объективную и субъективную природу, отражающее степень удовлетворения всего комплекса жизненных потребностей населения [20, с. 52]

Определения, приведенные в табл. 1, позволяют сформулировать две точки зрения исследователей относительно сущности термина «качество жизни».

1. Качество жизни – природные и социальные условия существования человека или группы лиц (объективный подход – А.И. Субетто, Общественный совет по вопросам качества жизни граждан Российской Федерации); степень удовлетворенности человека или группы лиц имеющимися условиями существования (субъективный подход – М.В. Федоров, Е.Е. Задесенец).

2. Качество жизни – степень удовлетворения потребностей человека или группы лиц имеющимися условиями существования (субъективный подход – Министерство науки и технологий Российской Федерации, Всероссийский научно-исследовательский центр технической эстетики, Дж. Форрестер, Д.С. Львов, Г.М. Зараковский, Научно-исследовательская лаборатория по проблемам качества жизни г. Белгород, П.Д. Косинский, Б.М. Генкин).

Список используемой литературы

1. Гаврилова, Т.В. Принципы и методы исследования качества жизни населения / Т.В. Гаврилова // Технологии качества жизни. – 2004. – Т. 4. – № 2.

2. Юрин, В. Стратегическая цель – улучшение качества жизни / В. Юрин // Стандарты и качество. – 2003. – № 12.
3. Методика оценки качества жизни. – М. : Министерство науки и технологий РФ, ВНИИТЭ, 2000.
4. Субетто, А.И. Квалиметрия жизни (Проблемы измерения качества жизни и направления их решения) / А.И. Субетто. – Л. : ЛДНТП, 1991. – 102 с.
5. Зараковский, Г.М. Критерии качества жизни населения как ориентиры социально-экономического развития российского общества / Г.М. Зараковский. – М. : ВНИИТЭ.
6. Брынцева, Г. Курс по топору / Г. Брынцева, Е. Скиба // Российская газета. – 2002. – 30 июля.
7. Бойцов, Б.В. Системная целостность качества жизни / Б.В. Бойцов, Ю.В. Крянев, М.А. Кузнецов // Стандарты и качество. – 1999. – № 5.
8. Материалы интернет-сайта Общественного совета по вопросам качества жизни граждан РФ. – URL : <http://www.roscom.ru/conf/>
9. Альперин, Л. Качество жизни россиян: в новый век с новым отношением к этой проблеме / Л. Альперин // Стандарты и качество. – 2000. – № 12.
10. Бабинцев, В.П. Региональная программа улучшения качества жизни населения: технологии разработки / В.П. Бабинцев, А.А. Гармашев // Технологии качества жизни. – 2003. – Т. 3. – № 1. – С. 5 – 11.
11. Материалы интернет-сайта научно-исследовательской лаборатории по проблемам качества жизни г. Белгород. – URL : <http://www.bel.edu.ru/lab/>
12. Бабинцев, В. Стратегия устойчивого развития региона и улучшение качества жизни населения / В. Бабинцев, А. Гармашев, Г. Ушамирская // Стандарты и качество. – 2003. – № 2.
13. Васильев, А.Л. Беседы о стандартах качества жизни / А.Л. Васильев, В. Губанов // Стандарты и качество. – 2002. – № 11.
14. Джон Ван Гиг. Прикладная общая теория систем / Джон Ван Гиг. В 2 кн. Кн. 1. – М. : Мир, 1981.
15. Косинский, П.Д. Управление качеством жизни населения региона: системный подход / П.Д. Косинский. – Красноярск : Красноярский гос. ун-т, 2004. – 212 с.
16. Генкин, Б.М. Экономика и социология труда : учебник / Б.М. Генкин. – 3-е изд., доп. – М. : НОРМА, 2001.
17. Безъязычный, В.Ф. Качество жизни : учебное пособие / В.Ф. Безъязычный, Е.В. Шилков. – Рыбинск : РГАТА, 2004. – 96 с.
18. Васильев, А.Л. Управление качеством жизни методами стандартизации / А.Л. Васильев // Стандарты и качество. – 2001. – № 9. – С. 6 – 9.

19. Неретина, Е.А. Субъективные индикаторы качества жизни в регионе / Е.А. Неретина, Т.А. Салимова, М.Ш. Салимов // Стандарты и качество. – 2004. – № 11.

20. Ядов, В.А. Потребность / В.А. Ядов // БСЭ. – 1975. – Т. 20.

21. Большой энциклопедический словарь / под ред. А.Н. Азри-лияна. – 4-е изд., доп. и перераб. – М., 1999.

ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРИБЫЛЬ КОМПАНИИ GOOGLE

**Никитина Т.И., студентка 5 курса
специальности «Связи с общественностью»**

*Статья подготовлена под научным руководством д-ра экон. наук,
профессора кафедры «Экономический анализ и качество»*

К.Н. Савина

Всем известно выражение «Реклама – двигатель торговли». Руководители крупных корпораций понимают, что грамотная рекламная и PR деятельность способствует созданию бренда и благоприятного имиджа, повышает конкурентоспособность компании на рынке, а также увеличивает прибыли организации. Механизмы рекламы и PR в различных компаниях используют по-разному. Выбранные механизмы рекламной кампании во многом определяют положение организации на рынке товаров или услуг.

Рассмотрим влияние рекламной деятельности на повышение прибыли на примере известной всем компании Google.

В современном обществе роль интернет коммуникаций очень важна, поскольку интернет является одним из основных источников информации. В сети огромное количество разнообразной информации. Но как эту информацию структурировать, объединить, проанализировать и, в конце концов, найти именно то, что необходимо? Для этого существуют различные поисковые системы. Одна из самых популярных поисковых систем в мире – поисковая система компании Google Inc. По данным компании Net Applications в апреле 2010 г. использование поисковых систем на Западе распределились следующим образом: Google (86,30%), Yahoo (5,30%), Bing (3,13%), Baidu (3,45%).

Бесспорным лидером поисковых систем является Google. За 14 лет своего существования руководство и сотрудники компании Google совершили инновационный прорыв в мире интернет-технологий.

Рекламная и PR-деятельность, прежде всего, направлена на создание позитивного имиджа любой компании. Здесь важнейшую роль играет такое понятие, как бренд. Бренд часто является показателем престижа для покупателя. Известную марку покупают охотнее, даже если стоит она на порядок дороже других. Поэтому создание бренда напрямую связано с прибылью компании. Если бренд компании широко известен и раскручен, то прибыль будет, несомненно, больше.

Компания Google на протяжении последних нескольких лет находится в пятерке лидирующих брендов мира. В прошлом году по данным рейтингового агентства The Global 500 корпорация Google заняла первую строчку в рейтинге самых дорогих брендов. В 2012 г. бренд Google занимает вторую строчку рейтинга самых дорогих брендов мира, стоимость которого составляет 111 млрд. долл.

Существует несколько объективных причин, которые способствовали компании стать успешной:

- новейшие технологии и разработки;
- хорошо подобранный персонал разработчиков, руководителей, рекламных и PR-менеджеров;
- внутрикорпоративные связи;
- грамотная рекламная стратегия;
- brand building (построение бренда/имиджа).

Эти технологии в комплексе приносили компании с момента ее создания большие прибыли. В финансовых отчетах Google на протяжении многих лет прослеживается тенденция увеличения прибыли. Однако за последние несколько лет цены на акции стали снижаться. Прежде всего, такое положение вызвано появлением новых конкурентов, главным из которых на данный момент является Facebook. Жесткая конкуренция заставляет компанию менять рекламные подходы и технологии, отстраиваясь от конкурента. Таким образом, компания запускает кнопку +1, аналогичную «like» на Facebook. Также в прошлом году Google разработал собственную социальную сеть Google+.

Основной рекламной стратегией компании Google является реализация рекламных кампаний в сети Интернет. Рекламные и PR-менеджеры постоянно обновляют официальный сайт компании Google, официальные блоги Google по всему. Там они публикуют новостную информацию о компании и ее достижениях. Также электронные СМИ часто публикуют информацию о компании, поскольку сотрудники постоянно создают интересные и необычные информационные поводы, которые интересны журналистской публике и их читателям.

Однако в последнее время компания Google начала использовать новые рекламные методы с целью увеличения целевой аудитории и

повышения за счет этого финансовых показателей. Среди новых рекламных подходов для компании Google можно выделить использование телевизионной рекламы. Этот метод никак нельзя назвать новым, однако Google никогда не использовал этот канал рекламного воздействия. До момента серьезного падения акций компания проводила рекламные кампании в основном в сети Интернет (официальный сайт, официальные блоги компании Google по всему миру, справочные форумы Google). Таким образом, в 2011 г. Google выпускает ролик нового браузера Google Chrome. Данная реклама имела успех в российском сегменте рынка, поскольку в нашей стране телевизионная реклама считается наиболее эффективной.

Все перечисленные рекламные составляющие способствовали увеличению прибыли компании Google. И даже после падения акций компания снова вырвалась в лидеры. 27 сентября этого года акции компании Google выросли на 12%. За последние пять лет подобный рост акций признан рекордным. Сейчас Google оценивается в 4 раза дороже, чем Facebook, и по мнению аналитиков, этот разрыв будет только расти. Также ожидается увеличение доходов компании более, чем на четверть.

Что будет с акциями компании утверждать однозначно все же сложно. Однако, с уверенностью можно сказать, что стратегия, осуществляемая компанией является успешной. Google продолжает развиваться и завоевывать новые рынки, что ведет к повышению доходов и росту акций.

Но, несмотря на то, что Google является лидером поисковых систем в мире, в России он уступает место русскоязычному поисковику Яндекс. На мой взгляд, компания «Google Россия» должна реализовывать свою рекламную деятельность не только в сети Интернет, но и за ее пределами. Активная реализация рекламных мероприятий в реальной жизни, как мне кажется, помогут компании Google потеснить Яндекс с российского интернет-рынка.

Список используемой литературы

1. Огилви, Д. Огилви о рекламе / Д. Огилви. – М. : Эксмо, 2009. – 232 с.
2. Горфинкель, В.Л. Экономика предприятия / В.Л. Горфинкель, В.А. Швандар. – М. : Юнити, 2001.
3. www.google.ru/intl/ru/about/ – официальный сайт компании Google
4. <http://www.itar-tass.com/> – информационное телеграфное агентство России
5. www.bs-life.ru/

ТЕХНИКО-ВНЕДРЕНЧЕСКИЕ ЗОНЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Павлова А.А., студентка, 2 курс,
направление «Менеджмент»

*Статья подготовлена под научным руководством канд. экон. наук,
доцента кафедры «Экономический анализ и качество»*

А.Ю. Сизикина

В России сегодня ведется активная работа по формированию особых экономических зон (ОЭЗ), как технологических точек роста. Начиная с 2005 г. было сформировано четыре типа ОЭЗ: промышленно-производственные, технико-внедренческие, туристско-рекреационные и портовые. В нашей статье мы рассмотрим условия формирования ОЭЗ технико-внедренческого типа.

Технико-внедренческие зоны сформированы в Томске, Санкт-Петербурге, Москве и Московской области (г. Дубна). Приоритетными направлениями развития инновационных зон являются: нано- и биотехнологии; медицинские технологии; электроника и средства связи; информационные технологии; точное и аналитическое приборостроение; ядерная физика. Расположение ОЭЗ технико-внедренческого типа осуществлено в крупнейших научно-образовательных центрах, имеющих богатые научные традиции и признанные исследовательские школы, открывает большие возможности для развития инновационного бизнеса, производства наукоемкой продукции и вывода ее на российские и международные рынки.

Особая экономическая зона технико-внедренческого типа «Дубна» создана в соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации № 781 от 21.12.2005. В реализации проекта ОЭЗ «Дубна» участвуют Правительство Российской Федерации, Правительство Московской области и муниципалитет города.

Общая площадь ОЭЗ составляет 187,7 га и состоит из двух участков: российский центр программирования – 135,7 га, новая промышленная зона – 52 га. ОЭЗ ТВТ «Дубна» находится в 100 км от Москвы. ОЭЗ ТВТ «Дубна» специализируется на развитии следующих направлений: информационные технологии; ядерно-физические и нанотехнологии; био- и медицинские технологии; проектирование сложных технических систем. Общее количество запланированных инвесторов – 300...350 компаний. Количество рабочих мест – 13 800. Количество зарегистрированных резидентов – 66 компаний.

Компании-инвесторы ОЭЗ ТВТ «Дубна» имеют следующие налоговые льготы: освобождение от налога на имущество (сроком на

5 лет); освобождение от налога на землю (сроком на 5 лет); освобождение от транспортного налога; пониженная ставка единого социального налога; режим свободной таможенной зоны – иностранные товары размещаются и используются в пределах территории ОЭЗ без уплаты таможенных пошлин и налога на добавленную стоимость, а также без применения к указанным товарам запретов и ограничений экономического характера. Российские товары размещаются и используются на условиях, применяемых к вывозу в соответствии с таможенным режимом экспорта, с уплатой акциза и без уплаты вывозных таможенных пошлин.

Компании-инвесторы ОЭЗ ТВТ «Дубна» получают следующие преференции: льготные ставки при аренде помещений; земельные участки под строительство объектов; пользование дорогостоящим оборудованием; венчурное финансирование проектов; услуги государственного фонда поддержки малых предприятий в научно-технической сфере; доступ к программе Министерства экономики Московской области по поддержке малого и среднего предпринимательства; льготное кредитование научно-технических проектов; размещение компании в бизнес-инкубаторе. На рисунке 1 представлены рабочие здания ОЭЗ ТВТ «Дубна».

Особая экономическая зона технико-внедренческого типа г. Томска создана Постановлением Правительства Российской Федерации № 783 от 21.12.2005 г. В реализации проекта ОЭЗ «Томск» участвуют Правительство Российской Федерации, Правительство Томской облас-



Рис. 1. Рабочие здания ОЭЗ ТВТ «Дубна»
(Источник: <http://www.oao-oez.ru/>)

ти и муниципалитет города. Общая территория ОЭЗ составляет 207 га и состоит из двух участков: Северная площадка – 14,6 га; Южная площадка – 192,4 га. ОЭЗ «Томск» расположена в географическом центре Сибири (в юго-восточной части Западно-Сибирской равнины) в 3500 км от Москвы. ОЭЗ ТВТ «Томск» специализируется на развитии следующих направлений: информационные технологии и электроника; медицина и биотехнологии; нанотехнологии и новые материалы; ресурсосберегающие технологии. Общее количество запланированных инвесторов – 130 компаний. Количество рабочих мест – 7000. Количество зарегистрированных резидентов – 45 компаний.

Особая экономическая зона технико-внедренческого типа «Санкт-Петербург» создана в соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации № 780 от 21.12.2005. В реализации проекта ОЭЗ ТВТ «Санкт-Петербург» участвуют Правительство Российской Федерации и Правительство Санкт-Петербурга. Цели ОЭЗ ТВТ «Санкт-Петербург» – развитие высокотехнологичных отраслей промышленности; производство инновационного продукта; коммерциализация достижений в наукоемких областях; повышение конкурентоспособности экономики региона. ОЭЗ ТВТ «Санкт-Петербург» специализируется на развитии следующих направлений: точное и аналитическое приборостроение; разработка программных продуктов, средств связи различного назначения, автоматизированных систем управления технологическими процессами, военной и гражданской авионики; медицинские технологии, фармацевтика; робототехника, оптоэлектроника, наноматериалы; водородная энергетика, солнечная энергетика, термоэлектричество. В ОЭЗ ТВТ «Санкт-Петербург» будут сформированы следующие кластеры: информационные технологии и телекоммуникации; медицинские технологии и фармацевтика; приборостроение и новые материалы; энергоэффективность. Наиболее активно формируется фармацевтический кластер. В ОЭЗ зарегистрировано 35 компании-инвестора.

Особая экономическая зона технико-внедренческого типа «Зеленоград» создана в соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации № 779 от 21.12.2005 на территории Зеленоградского административного округа Москвы. ОЭЗ ТВТ «Зеленоград» специализируется на развитии следующих направлений: микроэлектроника; биотехнологии и фармацевтика; энергосберегающие технологии; лазерные и плазменные технологии; информационные технологии. В ОЭЗ ТВТ «Зеленоград» идет процесс формирования следующих кластеров: биофармацевтический кластер «Биосити» под эгидой ЗАО «Биннофарм»; IT-кластер; нанотехнологический кластер с участием ЗИТЦ и ООО «Ситроникс-НТ»; кластер микроэлектроники под эгидой

ОАО «ЗИТЦ» и ООО «НИИ Компонент». В ОЭЗ зарегистрировано 35 компаний-инвесторов.

Список используемой литературы

1. Официальный сайт ОАО «Особые экономические зоны». – URL : <http://www.oao-oez.ru/>

АНАЛИЗ ЧИСЛЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ В Г. ТАМБОВЕ И ГОРОДАХ ОБЛАСТНОГО ПОДЧИНЕНИЯ

**Петрикова А.П., студентка 3-й курс,
специальность «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»**

*Статья подготовлена под научным руководством канд. экон. наук,
доцента кафедры «Экономический анализ и качество»*

Г.Л. Поповой

С точки зрения демографии, изменение численности населения и его возрастной структуры является результатом эволюции режима воспроизводства населения.

В любом случае, численность населения меняется под влиянием ряда факторов: демографические причины, миграционный отток или приток населения, социально-политические причины, природные катастрофы и среда обитания, социально-экономические причины [1].

Изучим постоянную численность населения в Тамбове и городах областного подчинения. Рассмотрим следующие данные за ряд лет (табл. 1).

Так как темпы прироста с годами увеличиваются, следовательно можно говорить о снижении численности населения.

1. Численность постоянного населения [2, 3]

	На начало года, тысяч человек						
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Все население	1144,8	1130,4	1117,1	1106,0	1096,9	1088,4	1092,0
Темпы цепного прироста	–	–1,258	–1,177	–0,994	–0,823	–0,775	0,33

На рисунке 1 представлена структура городского и сельского населения.

В представленные на рисунке годы городское население преобладало над сельским в соотношении: 58–59% городского и 41–42% сельского населения. За период с 2009 по 2011 гг. наблюдается увеличение доли городского населения над сельским населением.

Динамика численности населения Тамбова и городов областного подчинения представлена на рис. 2.

Максимальную численность населения имеет город Тамбов, по графику видно, что с годами его численность имеет тенденцию к снижению, хотя в 2011 г. заметен небольшой скачок. На второй позиции

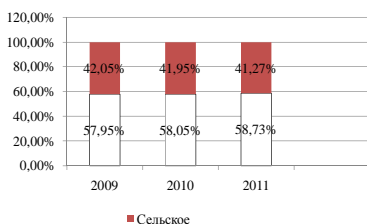


Рис. 1. Динамика структуры городского и сельского населения, %

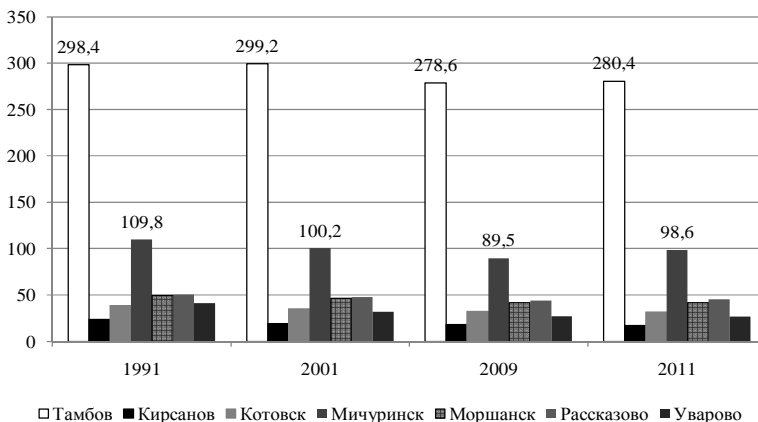


Рис. 2. Динамика численности населения Тамбова и городов областного подчинения, тыс. чел.

расположен город Мичуринск. Также как и в Тамбове, там наблюдается сокращение населения и в 2011 го. подъем. Самый малочисленный из представленных городов – Уварово. Там, со временем наблюдается лишь убыль населения без какого-либо возрастания.

Составим прогноз численности населения в Тамбове на 2012 г. [1, 2].

В результате расчетов было получено уравнение регрессии вида

$$Y = 3404,271 - 177,467t.$$

Согласно прогнозным расчетам, численность населения в 2012 г. составит 1097,2. Это говорит о тенденции к повышению численности.

Список используемой литературы

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. – URL : www.gks.ru
2. Тамбовская область в цифрах, 2010 : кр. стат. сб. – Тамбов : Тамбовстат, 2010. – 140 с.

РОЛЬ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

**Плешкова Е.А., студентка 5 курса
специальности «Связи с общественностью»**

*Статья подготовлена под научным руководством д-ра экон. наук,
профессора кафедры «Экономический анализ и качество»
К.Н. Савина*

Определение имиджа в современном мире становится одной из аксиом построения экономически сильного предприятия. Понятие «имидж» затрагивает различные сферы, он влияет как на духовную, так и материальную часть жизнедеятельности людей. Но роль имиджа в условиях современной экономики зачастую недооценена, хотя тема эта сейчас весьма актуальна. Построение правильного, выгодного имиджа важно не только для отдельной персоны или руководителя фирмы, но даже и для страны в целом.

В период расцвета информационного и постиндустриального общества имидж можно считать лакмусовой бумажкой при определении качества человеческой жизни. Сейчас качество окружающих вещей определяется не столько их технологическими характеристиками (например, мощность двигателя у автомобиля, размер диагонали дисплея у монитора компьютера), сколько их имиджевыми эквивалентами, например, репутацией производителя, удачной рекламой и т.д. Именно

сейчас как никогда актуально предположение «спрос рождает предложение» – фирмы не просто заполняют рынок своими товарами, они выполняют запросы потребителей – заказчиков. А последние, как известно, зачастую отдают свое предпочтение так называемым «брендовым производителям», чей имидж устоялся в сознании общества и имеет положительную репутацию [8].

Европейские системы имиджа не работают эффективно в условиях российской переходной экономики. Мы можем наблюдать, как в условиях переходного периода происходит активное копирование элементов различных моделей управления, организационных схем, которые часто не соответствуют как исконной природе российских предприятий, так и трудовому менталитету сотрудников. И именно поэтому важно понимать значение имиджа. Необходимо определить уравновешенную меру заимствования, необходимую для повышения социально-экономической конкурентоспособности в условиях нашей страны.

Традиционно имидж рассматривается как основополагающий элемент в сфере связей с общественностью (PR), и обычно даются следующие определения.

Имидж (от англ. image – образ, изображение) – целенаправленное или стихийное создание образа товара, услуги, организации, политика, общественного деятеля. Одна из основных функциональных задач рекламы и PR [1]. Но этот термин тесно связан с экономикой товарного рынка. Имидж товара обычно ассоциируется с репутацией товара, товарной марки, предприятия и страны изготовителя.

Имидж (по М.Г. Гукасян) – создание образа товара, услуги, предприятия. Получение признания потребителей обеспечивает в дальнейшем верность потребителя соответствующей торговой марке и прочное положение производителя на рынке [1].

Теоретическое обоснование феномена «имидж» связано и с такими авторами, как: П. Берд, Е.Б.Викентьев, В.Г.Королько, Р.Л. Кричевский, Ф.А.Кузин, А.Ю. Панасюк, И.Л. Перельгина, Г.Г. Почепцов, И.А. Федоров, В.М. Шепель, О.А.Феофанов, П. Чисхольм, М.А. Шишкина и др. Различные методы и инструменты управления имиджем рассматривают также Р.Ф. Ромашкина, Е.И. Манякина, Е.В. Гришунина, П.С. Гуревич, В.Д. Попов, Б.Г. Ушиков. Среди авторов диссертаций последних лет можно назвать Н.М. Тимченко, А.В. Хаванова, Н.В. Трошину, О.П. Березкину, И.К. Черемушникову, Е.А. Володарскую. Можно предположить отпущание вопроса имиджа, так сказать, «на самотек», но в этом случае он непременно сложится у потребителей стихийно. А это, в свою очередь, не дает никаких гарантий, что этот образ будет адекватным, не говоря уже о благоприятном и положительном для организации. Так как, по сути, выбор предлагается

только между управляемым и неуправляемым. Следовательно, создание нужного, позитивного имиджа для фирмы – процесс как более полезный, так и менее трудозатратный, чем исправление стихийного, спонтанно сформировавшегося неблагоприятного образа.

И сейчас субъекты экономической деятельности стали внимательнее относиться к тому, как они воспринимаются общественностью (особенно необходимыми им целевыми группами) в условиях рыночной экономики. Российские фирмы оценили значимость public relations, а так же его значение и роль для стабилизации положения фирмы в экономической сфере. Положительный имидж становится главным атрибутом и условием для достижения организацией стабильного делового успеха. Этому есть весьма рациональное объяснение. Во-первых, сильный имидж дает эффект приобретения фирмой определенной рыночной силы, в том смысле, что приводит к снижению ее чувствительности процессам ценообразования. Во-вторых, сильный имидж уменьшает заменяемость товаров и услуг, а, следовательно, защищает фирму от атак конкурентов и укрепляет позиции относительно товаров-заменителей. В-третьих, позитивный имидж облегчает доступ фирмы к ресурсам разного рода: финансовым, информационным, человеческим [2].

Экономическая наука оперирует в основном понятием «корпоративный имидж предприятия». Диссертационные исследования последних лет посвящены имиджу торговых организаций, предпринимательских структур, франчайзинговой компании, организаций потребительской кооперации, предприятий малого бизнеса, предприятий естественных монополий, ВУЗов, отельно-ресторанного бизнеса и т.д [4]. Экономика, в отличие от гуманитарных наук (политология, социология, психология), в основном затрагивает вопросы и особенности мониторинга имиджа, научно-методические основы его формирования. Другими словами, экономисты не интересуются особенностями процесса управления имиджем, внутренние особенности субъекта (или объекта) имиджа, методологическое обоснование этого феномена.

Экономист К. Болдинг считал имидж структурой, моделирующей поведение человека. Таким образом, имидж является для экономики инструментом стратегического управления, функциональной стратегией. «При интенсификации конкуренции... только снижение цены и улучшение качественных характеристик продукта более не может являться гарантией успеха промышленного предприятия в долгосрочной перспективе». Экономисты интересуются имиджем с точки зрения формирования общественного мнения, которое может повлиять на изменения экономических характеристик объекта.

И стоит отметить, что создание имиджа, уникального образа организации дело не только узких специалистов (рекламистов, пиарщиков и маркетологов), его формируют не только специализированные акции или перфомансы. В первую очередь положительную репутацию создают качество производимых товаров и оказываемых работ или услуг, отношение персонала к своему работодателю, клиентуре и собственной деятельности. И эти моменты для имиджа не менее важны, чем хорошо разработанные реклама и маркетинговое продвижение.

Прежде чем начать формировать экономически целесообразный имидж организации, необходимо определить следующие моменты: УТП (уникальное торговое предложение), т.е. отличительную особенность товара (услуги) вашей фирмы от конкурентов, а так же род деятельности предприятия в настоящее время и в перспективе. Задачами формирования имиджа являются:

- повышение престижа фирмы, так как разработка фирменного стиля свидетельствует о внимании фирмы не только к вопросам производства;
- повышение эффективности рекламы и различных мероприятий по продвижению товара;
- облегчение введения на рынок новых товаров (услуг), так как фирме со сложившимся имиджем вывести товар на рынок легче;
- повышение конкурентоспособности фирмы, так как в условиях равного товара конкуренция ведется на уровне имиджей фирм.

Образ фирмы, который существует в сознании сотрудников – это ее внутренний имидж. Образ фирмы в сознании клиентов, конкурентов, партнеров, т.е. людей, не входящих в число сотрудников, – это внешний имидж фирмы.

По мнению американских исследователей Т. Питерса и Р. Уотермена, компании, которые сформулировали для себя лишь финансовые цели, как правило, не достигают финансовых результатов, каких достигают компании с более широким диапазоном ценностных установок. Конкретнее этот более широкий диапазон ценностей можно определить как идеологию компании, ее внутренний и внешний имидж.

Таким образом, распространенное в России мнение, что для успешной работы компании достаточно ответить на простые вопросы: «Что?», «Как?» и «Для кого?» является ошибочным. В это же время еще два важных для экономической составляющей фирмы вопроса («Зачем?» или «Во имя чего?») остаются без внимания. Это объясняется зашоренностью руководителей и мифом, что бизнес существует лишь для того, чтобы делать деньги и приносить прибыль.

Специалистам необходимо прилагать постоянные усилия для поддержания и совершенствования имиджа фирмы. Имидж субъектов экономической деятельности представляет собой определенную модель, организованную на взаимодействии и открытой коммуникации между коммерческой структурой и ее целевой группой (аудиторией). При этом последний участник взаимодействия включает в себя как реальных, так и потенциальных потребителей, закрепленных во времени и пространстве. Характерной чертой имиджа субъектов экономической деятельности является его неделимость. Можно сказать, что это некая познавательная модель, которая объединяет старые и новые знания и подгоняется под действительность. Поэтому имидж субъектов экономической деятельности – это, в первую очередь, определенная форма, которая выражается в том или ином формате. Где «формат» – это наиболее близкий, сообразный каналу воздействия тип, как коммуникационного поведения персонала коммерческой фирмы, так и направления общественной политики. Формат – это элемент модели, квант коммуникативного взаимодействия [3].

Стоит отметить, что имидж организации, как субъекта экономической деятельности, отличает определенный уровень стабильности. Это объясняется типичной психологией покупателя (заказчика). Как известно, чтобы изменить представление отдельного человека (а тем более общественности), необходимо прилагать большие усилия и иметь в запасе много времени, ведь человека отличает потребность в достижении максимальной внутренней согласованности [3]. Личность отличает потребность в достижении внутренней гармонии посредством восстановления равновесия, в том числе и в информационном плане. Поэтому жизненно важно, чтобы каждый элемент структуры имиджа коммерческих организаций был информационно насыщен. Иначе происходит так называемое «заполнение» – массовое сознание восполнит и закроет «белые пятна» самостоятельно. Подобное поведение, основанное на неких стереотипах, зачастую играет не на пользу субъектам экономической деятельности, так как в сознании потребителя может сложиться противоположный ожидаемому образ компании. И в дальнейшем, вносящая в массовое сознание новую информацию, придется преодолевать барьер уже существующих установок.

Так же в рамках темы имиджа в современной рыночной экономике, уже отмечался внешний и внутренний имидж. Необходимо рассмотреть их более подробно. При этом внешний имидж включает в себя два вида: социальный и имидж для госструктур. Все эти разновидности в своей совокупности и определяют наиболее сильное и стабильное с экономической точки зрения предприятие.

Социальный имидж коммерческой структуры определяется представлениями широкой общественности о социальных целях и роли предприятия в экономической, социальной и культурной жизни общества [4]. Как правило, этот вид имиджа формируется через освещение социальных аспектов деятельности организации. Примером могут служить: спонсорство, меценатство, поддержка общественных движений, участие в решении проблем экологии, занятости, здравоохранения и т.д., содействие конкретным лицам и общественным организациям.

Имидж предприятия для госструктур составляют представления о предприятии представителей региональной администрации, исполнительной и законодательной власти. Параметрами имиджа для госструктур являются: значимость продукции предприятия для региона, степень участия предприятия в региональных социальных программах, выполнение предприятием федеральных и региональных законов, количество представляемых рабочих мест для жителей региона, открытость предприятия к неформальным контактам [4].

Внутренний имидж предприятия формируют представления персонала о своем предприятии. При этом персонал рассматривается как ключевая группа общественности и значимый фактор конкурентоспособности, так и как определенный источник информации об организации для аудиторий извне. Основными детерминантами внутреннего имиджа являются культура предприятия (система подбора и обучения персонала, система отношений руководства и подчинения, система оценки работы персонала на основании принятых на предприятии критериев, система вознаграждений, система социальных льгот, фирменный стиль предприятия) и социально психологический климат (настроение и мнение коллектива, индивидуальное самочувствие и оценка условий жизни и работы личности в коллективе) [2].

При этом приоритетные группы и формы имиджа в организации могут меняться, это обусловлено необходимостью в гибкой экономической политике. Российский рынок сейчас находится (как отмечалось выше) в переходном периоде, поэтому постепенно переходит из положения «рынок продавца» в статус «рынок потребителя». Иностранные конкуренты благоприятно влияют на российского производителя, вынуждая его все чаще задумываться над продвижением собственных товаров и услуг, а как следствие – установление и закрепление позитивного имиджа. Это же позиция субъекта экономической деятельности, в свою очередь, требует специализированного подхода к целевым группам, а значит, повышает потребность в услугах в сфере Public Relations.

Подводя итог, необходимо отметить, что каждая коммерческая организация сама выбирает путь своего развития. Но, рассмотрев виды имиджа, проанализировав его роль для компании в современной экономической ситуации, можно сказать, что совмещение всех видов имиджа и акцентирование внимания на данной проблеме позволяют увеличить конкурентоспособность фирмы, дать ей весомые преимущества. Тем не менее, необходимо помнить, что прежде чем заняться продвижением или же созданием имиджа организации, принимая во внимание его важную роль, необходимо подготовить весомый фундамент – исследовать фирму, поставить цели, проанализировать конкурентную среду и все целевые группы. В итоге, потраченное время и силы вернуться как получением дополнительной прибыли, так и в виде стабилизации экономического положения компании, и, самое главное, увеличения конкурентоспособности предприятия.

Список используемой литературы

1. Блэк, С. Введение в PR : учебное пособие / С. Блэк. – Ростов н/Д : Феникс, 2005. – 320 с.
2. Дойль, П. Менеджмент: стратегия и тактика / П. Дойль ; пер. с англ. – 2-е изд., перераб. – СПб. : Питер, 2008. – 560 с.
3. Гукасян, Г.М. Экономика от А до Я : темат. справ. / Г.М. Гукасян. – М., 2007. – 480 с.
4. Иванова, Н.В. «Город науки» как имидж постиндустриального города / Н.В. Иванова // Креативная экономика. – 2011. – № 4(52). – С. 84 – 89.
5. Потемкина, В.К. Экономическая психология : учебное пособие / В.К. Потемкина. – СПб. : СПбГУЭФ, 2010 – 112 с.
6. Сборный словарь на 500 терминов по рекламе, 2010 г. – URL : <http://vocable.ru/dictionary/1083> (дата обращения: 01.07.2012).
7. Спичева, Д. Феномен имиджа в современных исследованиях / Д. Спичева // МОУДОД ЦДОД. – Томск, 2010. – URL : <http://pr.tsu.ru/articles/1194/> (дата обращения: 01.07.2012).
8. Трунов В.А. Позитивный имидж местных органов власти как результат достижения социального согласия в местном сообществе / В.А. Трунов // Международный молодежный научный Форум «Ломоносов – 2006»: XIII Международная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых: 12 – 15 апреля 2006 г. – Т. 2. – М. : Изд-во МГУ, 2006. – С. 195.
9. Чубукова, Л.В. Стратегическое управление имиджем промышленного предприятия в условиях конкуренции : автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Ижевск, 2007.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ: ПОНЯТИЕ И ХАРАКТЕРИСТИКИ

**Попова Г.Л., канд. экон. наук, доцент кафедры
«Экономический анализ и качество»**

В настоящее время системные исследования проводятся в различных направлениях науки (например, в области техники, медицины, экологии, социологии, экономики). Исследование социально-экономических систем относят к категории наиболее сложных системных исследований. Системой является совокупность взаимодействующих между собой элементов, представление о которых сформировано на основе субъективной точки зрения наблюдателя с целью решения поставленной задачи.

Существуют различные определения социально-экономических систем. В общепринятом контексте С.В. Силкин характеризует социально-экономическую систему как «совокупность ресурсов и экономических субъектов, образующих единое целое (социально-экономическую структуру), взаимосвязанных и взаимодействующих между собой в сфере производства и потребления, обмена и распределения» [2]. Характеристика социально-экономической системы, представленная в Википедии, сформулирована как «целостная совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих социальных и экономических институтов (субъектов) и отношений по поводу распределения и потребления материальных и нематериальных ресурсов, производства, распределения, обмена и потребления товаров и услуг» [1].

Рассматривая социально-экономическую систему с позиций системного анализа, следует охарактеризовать ее как совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих между собой элементов (комплекса социальных и экономических подсистем), относящихся к сферам использования ресурсов, производства, потребления, обмена, распределения и перераспределения, регулирование которых осуществляется через объективные и субъективные факторы.

В состав социально-экономических систем входят материальные объекты, функциональные области, процессы (рис. 1).

Сложность изучения социально-экономических систем связана с тем, что они тесно взаимосвязаны между собой (для них характерно взаимовлияние и взаимопроникновение). Изменения, произошедшие в одной из систем, оказывают влияние на развитие и функционирование других. Например, изменения налоговых ставок, закрепленные в Налоговом кодексе РФ, оказывает влияние на формирование доходной части бюджетов страны, воздействует на развитие бизнеса, что находит свое отражение на тенденциях рынка труда (уровне занятости население

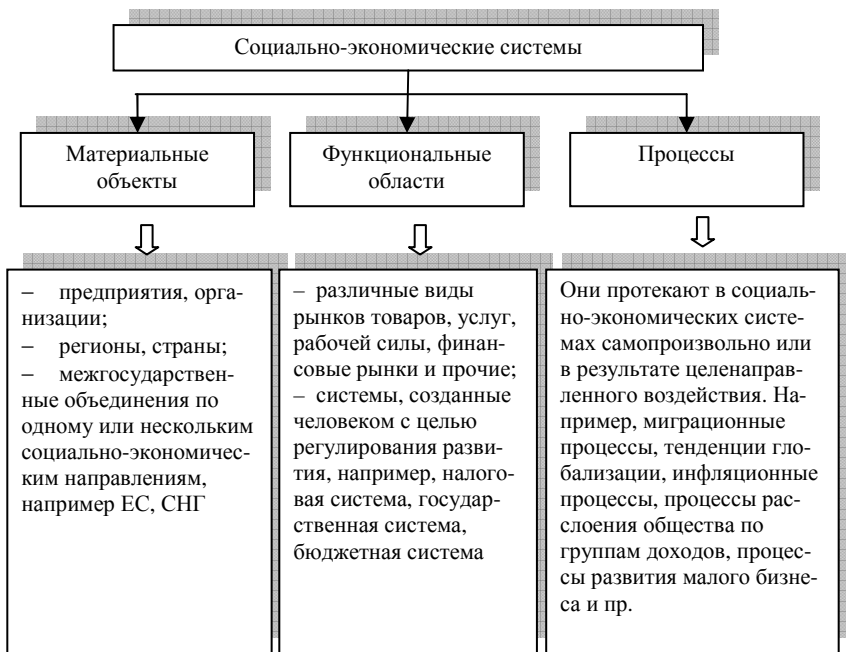


Рис. 1. Классификация социально-экономических систем

ния, уровне оплаты труда, структуре рынка труда и т.д.). Данная иллюстрация отражает наличие взаимосвязи между представленными системами. Но представленный комплекс взаимосвязей является не полным. После первичных взаимосвязей формируются вторичные, т.е. влияние дальше распространяется на взаимодействующие с ними транспортную, образовательную, пенсионную и прочие системы.

Таким образом, социально-экономическая система является относительно устойчивой совокупностью взаимодействующих между собой элементов (влияющих на формирование социально-экономических объектов, функциональных областей или процессов), представление о которых сформировано наблюдателем согласно цели решения поставленной задачи.

Социально-экономические системы имеют существенные особенности формирования и развития:

1. Социально-экономические системы осуществляют непрерывное развитие во времени. В каждый момент времени t социально-экономическая система будет находиться в принципиально новом состоянии, которое невозможно повторить. Развитие социально-эконо-

мических систем всегда направлено на усложнение их структуры, взаимосвязей, функционального назначения.

2. Социально-экономические системы являются динамическими саморазвивающимися системами, т.е. они постоянно находятся в состоянии изменений. Таким образом, достигнутые положительные результаты развития системы в результате нововведений, через некоторое время потеряют свою ценность или отдачу.

3. В отличие от технических систем, результаты проведенного эксперимента над одной из частей (подсистем) социально-экономической системы, не всегда и не в полной мере будут соответствовать результатам, полученным при распространении эксперимента на всю систему в целом. Например, результаты введения талонов на льготный проезд для пенсионеров и других категорий граждан в одном из районных центров Тамбовской области дали положительные результаты. Этот положительный опыт был распространен на территории всего региона. Но оказалось, что талоны на льготный проезд стали обладать рядом свойствами ценных бумаг: поддельвали и перепродавали. Администрация области была вынуждена принять дополнительные меры.

4. Социально-экономические системы являются взаимосвязанными системами и оказывают взаимное влияние на развитие. Например, жаркое лето 2010 г. послужило причиной низкой урожайности в сельском хозяйстве России, что привело к снижению объемов сельскохозяйственной продукции отечественного производства на национальном рынке. Как следствие – возрос импорт продовольственной продукции на территорию России.

В I полугодии 2011 г. импорт продовольственных товаров и сельхозсырья вырос по сравнению с соответствующим периодом 2010 г. на 30,0% и составил 22,0 млрд. долл. США. Увеличение стоимости импорта данной группы товаров произошло за счет увеличения закупок сахара-сырца, алкогольных и безалкогольных напитков, мяса свежего и мороженого (включая мясо птицы) [3].

5. Модели социально-экономических систем никогда не будут являться точной копией реальной социально-экономической системы, так как:

- за временной лаг между описанием системы и формированием ее модели, система изменяется;
- комплекс внутренних и внешних связей достаточно широк и разнообразен, поэтому возникают сложности их перевода в формализованное описание системы.

6. Социально-экономические системы являются сложными системами, в которых протекают процессы, которые не всегда возможно описать с помощью функциональных зависимостей (математических формул). Описание социально-экономической системы с помощью методов, применяемых в точных науках, является лишь отражением ее реального состояния.

Список используемой литературы

1. Википедия. – URL : <http://ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения: 11.06.2011).
2. Силкин, С.В. Развитие социально-экономических систем в современных условиях на примере крупного города / С.В. Силкин // Научные записки НГУЭУ. – 2009. – № 4. – URL : <http://www.nsuem.ru> (дата обращения: 11.06.2011).
3. Статистический бюллетень № 1(182) // Федеральная служба государственной статистики. – М. : Росстат, 2012. – 50 с. – URL : <http://www.gks.ru> (дата обращения: 14.02.2012).

КАЧЕСТВЕННОЕ ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ОТРАСЛИ СТРОИТЕЛЬСТВА В РЕГИОНЕ С ВНЕДРЕНИЕМ ТЕХНОЛОГИЙ «ПАССИВНОГО» ДОМА

**Попова Е.А., студентка, 3 курс,
специальность «Информационные системы и технологии»**

*Статья подготовлена под научным руководством канд. экон. наук,
доцента кафедры «Экономический анализ и качество»*

Р.В. Жарикова

Ни для кого не секрет, что глобальные энергоресурсы ограничены, и проблема разумного потребления их – одна из наиболее актуальных на сегодня. По экспертным оценкам запасов основных источников энергии (нефти, газа и угля) в мире осталось примерно на 50 лет, их сохранение стало приоритетной задачей всего цивилизованного человечества. Известно также, что практически половина потребления энергии приходится на жилые дома и сооружения. Поэтому одним из самых очевидных методов ресурсосбережения становится строительство энергоэффективных и пассивных зданий.

Пассивный дом, энергоэффективный дом или экодом – сооружение, основной особенностью которого является отсутствие необходимости отопления или малое энергопотребление – в среднем около 10% от удельной энергии на единицу объема, потребляемой большинством современных зданий.

Впервые удачную схему оборудования пассивного дома разработал около 20 лет назад доктор Вольфганг Фальст. За прошедшие годы были проведены глубокие исследования в этой области и технология «пассивного дома» значительно усовершенствовалась. На сегодняшний день в странах западной Европы по ней построено уже более 2 тыс. сооружений. Одни из наиболее известных примеров – это особняки в городе Ульме, построенные в 2000 г., эксперимент с переоборудованием обыкновенного студенческого общежития в пассивный дом в городе Вуппертале, и первое в мире здание, в котором производится больше энергии, чем расходуется – в городе Вайце (оно возведено в 2001 г.).

При этом энергоэффективные сооружения сберегают не только топливо, но и деньги. Оплата коммунальных платежей в Западной Европе сегодня составляет львиную долю расходов ее жителей, и она продолжает расти. Очевидно, что это связано, в первую очередь, с ростом цен на энергоносители. Несмотря на относительную их дешевизну в России, такая тенденция прослеживается и у нас. При этом российские здания обладают низкой энергоэффективностью, потери при их отоплении огромны. Внедрение сберегающих технологий отчасти могло бы справиться с этими проблемами.

Бесспорна польза использования пассивных домов и для окружающей среды. Известно, что около 40% выбросов CO₂ в атмосферу образуется при сжигании топлива, используемого именно для отопления зданий!

Применение пассивных домов может значительно сократить эту цифру. Ведь в них для обогрева используются, в первую очередь, альтернативные источники энергии, например солнечная. Для строительства, как правило, выбираются экологически корректные материалы, часто традиционные – дерево, камень, кирпич.

Тамбов в последние годы активно растет и развивается. Это можно проследить на примере северной части города. Например, Московский микрорайон, поселок Радужный, микрорайон Слобода. Они выросли как «на дрожжах» и продолжают расти. Я считаю, что целесообразно и даже необходимо внедрить технологию строительства «пассивного» дома в современную архитектуру. Имея лишь на 5 – 10% бóльшие затраты на строительство, полностью экономят расходы на отопление. В Германии дополнительные затраты на строительство пассивного дома окупаются полностью приблизительно через 7 лет. Данные технологии позволяют снизить выбросы углекислого газа в ат-

мосферу, что, безусловно, важно для окружающей среды. А также использование энергоэффективных зданий смогло бы существенно снизить потребление энергии в Российской Федерации, сэкономить миллионы тонн условного топлива.

Технологию «пассивного дома» можно несколько адаптировать для использования ее в Тамбовской области, в связи с аграрной направленностью региона. Существует, так называемая, энергия биомасс. Она используется для получения энергии путем термохимической (сжигание, пиролиз, газификация) и (или) биологической конверсии. При этом используются древесные и другие растительные, а также органические отходы, в том числе городской мусор, отходы животноводства и птицеводства. При биологической конверсии конечными продуктами являются биогаз и высококачественные экологически чистые удобрения.

Переработку отходов крупного рогатого скота, свиней и птицы в газообразное топливо (биогаз), тепловую и электрическую энергию и высокоэффективные органические удобрения целесообразно производить на автономной биоэнергетической установке – АБЭУ, выпускаемой на производстве завода «Сигнал».

Приведем ряд преимуществ данной технологии:

- возобновляемость;
- наличие местных источников сырья для получения топлива;
- снижение парникового эффекта;
- сокращение зависимости от поставщиков нефти и газа.

В заключение обратимся к известной истине, которая гласит, что все новое – это хорошо забытое старое. Вспомним, что каких-нибудь 200 – 300 лет назад человечество использовало исключительно возобновляемые источники энергии: растительное топливо, энергию ветра (ветряные мельницы, парус), водных потоков (водяные колеса) мускульную силу животных. Вспомним также, насколько благополучной была в то время экологическая обстановка. Теперь мы в определенном смысле возвращаемся к истокам, но на новом витке, вооруженные принципиально новой и во много раз более мощной и эффективной техникой.

Список используемой литературы

1. <http://www.stroyka74.ru/articles/passivnyiy-dom/>
2. <http://ru.wikipedia.org>
3. <http://www.pro-passivhaus.com/>
4. <http://www.amsindc.com/index.html>
5. <http://solar-battery.narod.ru/altenerg2.htm>

ВЛИЯНИЕ РУКОВОДИТЕЛЯ НА ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

Пудовкина А.А., 5 курс, направление «Менеджмент»

*Статья подготовлена под научным руководством канд. экон. наук,
доцента кафедры «Экономический анализ и качество»
А.Ю. Сизикина*

Современная управленческая наука все чаще обращает внимание на важность «человеческого фактора» и указывает на трудность его учета и использования. С развитием рыночной экономики и переходом к информационному обществу большую роль приобретают знания, квалификация и мотивация персонала, без которых невозможны реализация идей и инициативы работников. И именно организационная культура оценивается сейчас как сильнейший мотиватор, регулятор и индикатор деятельности персонала в организации.

Актуальность изучения организационной культуры связана с тем, что знание особенностей организационной культуры фирмы позволяет оценить степень ее стабильности, конкурентоспособности, предположить возможные направления управленческих решений, а также способность достигать поставленных целей.

Организационная культура является сложным социальным явлением, формирующимся внутри организации под влиянием ряда факторов. Она возникает на любом предприятии и является системой норм, правил, ценностей, традиций, убеждений и мировоззрения членов организации, выдержавших испытание временем. Это в своем роде выражение индивидуальности данной компании, проявление ее отличий от других.

Существенная роль в формировании организационной культуры принадлежит руководителям, которые зачастую являются предметом подражания для остальных сотрудников. Эти люди оказывали наиболее сильное влияние на формирование культуры организации и становление организационного климата. Это, как правило, сильные личности, обладающие четко осознаваемыми ценностями и ясным видением того, какой должна быть организация, которой они управляют. И именно то, в какой степени поведение руководителя соответствует имеющимся в организации ценностям и нормам поведения, является фактом проявления организационной культуры.

Ведущими проявлениями поведения руководителя, направленными на формирование организационной культуры являются:

1. Ситуации, на которые обращает внимание и контролирует руководитель.

2. Критерии поощрений, должностного роста, подбора и увольнения персонала.

3. Методы профессионального обучения, принятые руководителем.

4. Участие в различных корпоративных мероприятиях и церемониях организации.

Организационные методы, как и методы управления, являются инструментами, с помощью которых руководитель влияет на поведение сотрудников и положение дел в компании. Культура организации является сильнейшим мотиватором деятельности персонала, и руководитель вынужден искать различные способы усиления ее мотивирующей способности.

Очевидно, что руководители должны отслеживать по всей организации, что в ней происходит, стараясь при этом шаг за шагом управлять культурой организации. Проанализировав организационную культуру с точки зрения ее свойств, функций и элементов, а также ее сильных и слабых сторон, руководитель компании имеет возможность избежать многих ошибок, лишних затрат и волнений. Очень важно знать, что любое существующее в организации явление тесно связано с организационной культурой, и малейшее изменение повлечет реакцию культуры в положительную или отрицательную сторону. Если ежедневные действия руководителя в организации находятся в соответствии с заявляемыми им ценностями, традициями и правилами, то это, безусловно, способствует развитию как организационной культуры, так и всей компании в целом.

Управление организационной культурой не является простым делом. Ценностные ориентации должны быть не только заявлены руководителем, но и стать неотъемлемой частью внутренней жизни компании и передаваться на нижние уровни организации во всех своих деталях.

Отношение руководителя к организационной культуре может быть различно. Если она не противоречит целевым установкам руководителя, то он ее не ощущает, и чувствуют себя комфортно. Однако если базовые установки существующей организационной культуры не способствуют развитию организации, если цели работников противоречат целям руководства, то культура становится серьезным препятствием на пути развития и может стать причиной упадка организации. Таким образом, цель организационной культуры заключается в том, чтобы помочь сотрудникам компании более продуктивно работать, получать удовлетворение от труда. Если человек находится в чуждой для него организационной культуре, его деятельность сковывается, ограничивается. И, наоборот, при соответствии организационной куль-

туры фирмы и ценностных установок работника деятельность сотрудников активизируется, соответственно увеличивается эффективность.

Руководитель играет важную роль в формировании и поддержании организационной культуры организации. Он должен быть уверен в себе, ставить перед собой и своими подчиненными четкие и ясные цели. Руководитель должен ориентироваться на достижение успеха и стремиться к эффективной мотивации сотрудников.

Список используемой литературы

1. Виханский, О.С. Менеджмент : учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – 3-е изд. – М. : Гардарики, 2006.
2. Стеклова, О.Е. Организационная культура : учебное пособие / О.Е. Стеклова. – Ульяновск : УлГТУ, 2007. – 127 с.

СТАТИСТИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССАМИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА

**Савин К.Н., д-р экон. наук, профессор кафедры
«Экономический анализ и качество»;
Савина К.С., студентка ФГБОУ ВПО «ТГТУ»**

Статистические методы (методы, основанные на использовании математической статистики), являются эффективным инструментом сбора и анализа информации о качестве. Применение этих методов, не требует больших затрат и позволяет с заданной степенью точности и достоверностью судить о состоянии исследуемых явлений (объектов, процессов) в системе качества, прогнозировать и регулировать проблемы на всех этапах жизненного цикла продукции и на основе этого выработать оптимальные управленческие решения.

Потребность в статистических методах возникает, прежде всего, в связи с необходимостью минимизации изменчивости процессов. Изменчивость присуща практически всем областям деятельности, связанной с обеспечением качества. Однако наиболее характерна она для процессов, поскольку они содержат много источников изменчивости.

Первое промышленное применение статистических методов обеспечения качества относится к середине 1920-х гг. Работы В. Шухарта «Экономика качества производственной продукции» (1931 г.) и Р. Фишера «Планирование экспериментов» (1936 г.) оказали решающее влияние на все дальнейшее развитие статистических методов обеспечения качества: В первой работе рассматривались статистические методы контроля качества продукции при ее серийном производстве, во второй – вопросы экономически обоснованного экспериментирования.

В последние десятилетия произошло стремительное развитие статистических методов. В годы Второй мировой войны статистические методы получили заметное распространение на предприятиях США и Великобритании, военные стандарты которых основывались на трудах К. Пирсона. Этим в значительной степени объясняется тот факт, что системы производства данных стран в военное время удовлетворяли высоким требованиям с точки зрения качества и экономичности. Ведущие позиции, завоеванные японской промышленностью на мировом рынке за послевоенный период, во многом определяются массовым использованием статистических методов в производственной практике. Методы статистики – наиболее важная часть системы качества в фирме. В японских корпорациях все, начиная с председателя Совета директоров и до рядового рабочего в цехе, обязаны знать хотя бы основы статистических методов.

В настоящее время статистические методы обеспечения качества широко применяются в США, Японии, Великобритании, Германии, Франции, Италии, Голландии, Дании и других странах. Необходимость упорядочения проводимых разными странами работ в области статистических методов привела к созданию в составе ИСО специального ТК 69: «Применение статистических методов». Структура комитета включает шесть подкомитетов, их задачи – это терминология и символы, интерпретация статистических данных, статистическое представление данных, статистическое управление процессами, выборочный приемочный контроль, методы измерений и результаты. Разработкой рекомендаций по применению статистических методов занимается также один из комитетов ЕОК.

Несмотря на всемирную известность представителей отечественной школы математической статистики (А.И. Колмогорова, Н.В. Смирнова, А.Я. Хинчина, Я.Б. Шора и др.), Россия пока отстает от промышленно развитых стран в области массового применения статистических методов. Интенсивное распространение этих методов в вашей стране приходится на 1940–50-е гг. Но впоследствии статистические методы, несмотря на их научную обоснованность и прогрессивный характер, практически не используются, за исключением отдельных предприятий. Основными причинами низкого применения статистических методов являются:

- низкая технологическая дисциплина;
- пренебрежение нормами конструкторской и технологической документации;
- несогласованность конструкторских норм с технологическими и метрологическими возможностями;

- нехватка квалифицированных специалистов в области статистических методов;
- усложненность многих методических пособий по статистическим методам, их перегруженностью математикой;
- отсутствие экономической заинтересованности предприятий во внедрении этих методов.

Одной из основных причин свертывания статистических методов в нашей стране послужили также промахи организационного характера, вытекавшие из ошибочного понимания новой формы работы. Статистические методы рассматривались как методы работы лишь ОТК, а не всего коллектива (конструкторов, технологов, наладчиков, мастеров, рабочих), и их внедрение полностью возлагалось лишь на контрольную службу. Однако справиться с многообразием задач в области качества только силами аппарата ОТК не представлялось возможным, и статистические методы были отклонены как недостаточно эффективные.

В начале 1970-х гг. в стране наметилась новая тенденция к активному использованию статистических методов. Значительный толчок этому дала начатая под эгидой Госстандарта работа по созданию комплекса соответствующей нормативно-технической и методологической документации.

В 1988 г. в связи с новыми условиями хозяйствования и расширением прав предприятий Госстандартом было принято решение об отмене как обязательных документов большинства государственных стандартов на статистические методы и об их переработке в рекомендательные методические документы. Однако, отмена стандартов на статистические методы ни в коей мере не означала отмену самих методов.

В соответствии с положениями стандартов ИСО серии 9000 статистические методы рассматриваются как одно из высокоэффективных средств обеспечения качества. Стандарты ориентируют на разработку механизма применения статистических методов на всех этапах жизненного цикла продукции, начиная с исследования требований рынка к качеству продукции и кончая ее утилизацией после использования. Это означает, что работа по внедрению статистических методов должна быть направлена на создание гарантий непрерывности процесса обеспечения качества в соответствии с требованиями заказчика. Меняется и характер данной работы: от локального, случайного к общему, системному. Статистические методы становятся основой для информационной технологии обеспечения качества.

Среди специалистов по статистике бытует мнение, что статистические методы – если не единственное, то, по крайней мере, самое главное средство решения проблемы обеспечения качества. Такой подход крайне опасен, поскольку решение столь сложной проблемы не может быть результатом применения какого-то одного, пусть даже высокоэффективного средства. Здесь следует напомнить предупреждение Э. Деминга о том, что повышения качества, производительности труда и конкурентоспособности продукции нельзя добиться исключительно за счет массированного применения контрольных карт и других статистических методов. Статистические методы являются лишь одним из многочисленных средств обеспечения качества, и успех в этой области определяется правильным сочетанием всех имеющихся средств в зависимости от конкретных условий. Вместе с тем применение статистических методов при внедрении стандартов ИСО серии 9000 приобретает особую значимость, так как именно с их помощью возможно объективное подтверждение стабильности процессов и качества продукции предприятия.

К настоящему времени в мировой практике накоплен огромный арсенал статистических методов, многие из которых могут быть достаточно эффективно использованы для решения конкретных вопросов, связанных с менеджментом качества. Условно все методы можно классифицировать по признаку общности на три основные группы: графические методы, методы анализа статистических совокупностей и экономико-математические методы. Предложенная классификация не является ни универсальной, ни исчерпывающей, но она дает наглядное представление о разнообразии статистических методов и о тех потенциальных возможностях, которыми располагают сегодня специалисты предприятий при реализации требований стандартов ИСО по части использования статистических методов в системе качества.

Графические методы основаны на применении графических средств анализа статистических данных. В эту группу могут быть включены такие методы, как контрольный листок, диаграмма Парето, схема Исикавы, гистограмма, диаграмма разброса, расслоение, контрольная карта, график временного ряда и др. Данные методы не требуют сложных вычислений, могут использоваться как самостоятельно, так и в комплексе с другими методами. Овладение ими не представляет особого труда не только для инженерно-технических работников, но и для рабочих. Вместе с тем это весьма эффективные методы. Недаром они находят самое широкое применение в промышленности, особенно в работе групп качества.

Методы, анализа статистических совокупностей служат для исследования информации, когда изменение анализируемого параметра носит случайный характер. Основными методами, включаемыми в данную группу, являются: регрессивный, дисперсионный и факторный виды анализа, метод сравнения средних, метод сравнения дисперсий и др. Эти методы позволяют: установить зависимость изучаемых явлений от случайных факторов как качественную (дисперсионный анализ), так и количественную (корреляционный анализ); исследовать связи между случайными и неслучайными величинами (регрессивный анализ); выявить роль отдельных факторов в изменении анализируемого параметра (факторный анализ) и т.д.

Экономико-математические методы представляют собой сочетание экономических, математических и кибернетических методов. Центральным понятием методов этой группы является оптимизация, т.е. процесс нахождения наилучшего варианта из множества возможных с учетом принятого критерия (критерия оптимальности). Строго говоря, экономико-математические методы не являются чисто статистическими, но они широко используют аппарат математической статистики, что дает основание включить их в рассматриваемую классификацию статистических методов. Для целей, связанных с обеспечением качества, из достаточно обширной группы экономико-математических методов следует выделить в первую очередь следующие: математическое программирование (линейное, нелинейное, динамическое); планирование эксперимента; имитационное моделирование: теория игр; теория массового обслуживания; теория расписаний; функционально-стоимостной анализ и др. В данную группу могут быть включены и методы Тагути, и метод развертывания функции качества (Quality Function Deployment-QFD).

Начинать освоение статистических методов следует с применения простых и доступных и уже после этого переходить к более сложным методам. Учитывая трудности освоения статистических методов в производственной практике, эти методы целесообразно подразделять на два класса: простые и сложные методы.

При выборе статистических методов стремятся к тому, чтобы они соответствовали характеру производственного процесса, наличию средств измерений и обработки статистической информации. Поскольку для решения определенной производственной проблемы можно выбрать несколько разных статистических методов, выбирается такой из них, который обеспечит достижение наилучшего результата при минимальных затратах.

Для выполнения необходимых статистических расчетов используются различного рода технические средства, в том числе электронно-вычислительная техника. Сравнительно простые технические средства, например, статистические индикаторы, обеспечивают ввод данных со шкал контрольно-измерительных приборов, журналов и таблиц, а также вычисление статистических характеристик при непосредственном измерении. Применение ЭВМ дает возможность обрабатывать исходную информацию, следить за параметрами процесса, непрерывно экспериментировать, меняя переменные до тех пор, пока не установятся оптимальные режимы. При этом можно воспользоваться стандартными программами статистического управления качеством.

Проблеме применения статистических методов при обеспечении качества посвящена обширная специальная литература, насчитывающая не одну тысячу публикаций. В данной работе рассматриваются лишь те из статистических методов, знание которых может быть особенно полезно при внедрении стандартов серии ИСО 9000.

Список используемой литературы

1. Исикава, К. Японские методы управления качеством / К. Исикава. – М. : Экономика, 1988. – 215 с.
2. Мердок, Дж. Контрольные карты / Дж. Мердок. – М. : Финансы и статистика, 1986. – 150 с.
3. Свиткин, М.З. Менеджмент качества и обеспечение качества продукции на основе международных стандартов ИСО / М.З. Свиткин, В.Д. Мацута, К.М. Рахлин. – СПб., 1999. – 401 с.
4. «Семь инструментов качества» в Японской экономике. – М. : Изд-во стандартов, 1990. – 89 с.

СТАТИСТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ

Савина К.С., студентка ФГБОУ ВПО «ТГТУ»

*Статья подготовлена под научным руководством д-ра экон. наук,
профессора кафедры «Экономический анализ и качество»
К.Н. Савина*

Среди простых статистических методов, названных так ввиду их сравнительной несложности, убедительности и доступности, наибольшее распространение получили семь методов, выделенных в начале 1950-х гг. японскими специалистами под руководством К. Исикавы. В своей совокупности эти методы образуют эффективную систему методов контроля и анализа качества. С их помощью, по свидетельству самого К. Исикавы, может решаться от 50 до 95% всех проблем,

находящихся в поле зрения производителей. Для применения семи простых методов не требует специального образования (стандартная японская программа обучения этим методам рассчитана на 20 занятий и ориентирована на уровень старшекласников). О популярности семи простых методов можно судить по тому, что сегодня в японских фирмах ими владеют все – от президента до рядового рабочего. В этом отношении данные методы являются средством демократизации технологии управления качеством.

Семь простых методов могут применяться в любой последовательности, в любом сочетании, в различных аналитических ситуациях, их можно рассматривать и как целостную систему, как отдельные инструменты анализа. В каждом конкретном случае предлагается определить состав и структуру рабочего набора методов. Хотя они являются простыми методами, но это отнюдь не значит, что при использовании многих из них нельзя воспользоваться компьютером, чтобы быстрее и без затруднений сделать подсчеты и наглядней представить статистические данные.

Согласно К. Исикаве в семь простых методов входят: расслоение данных, диаграмма Парето, причинно-следственная диаграмма, гистограмма, диаграмма разброса, контрольная карта и контрольный листок.

Расслоение данных (стратификация) представляет собой группировку данных на страты (группы). На практике стратификация используется для расслаивания статистических данных по различным признакам и анализа выявленной при этом разницы в диаграммах Парето, схемах Исикавы, гистограммах, диаграммах рассеивания и т.д.

Рассмотрим пример, когда одноименные изделия производятся на нескольких станках. В этом случае всегда существует некоторая разница в технических данных этих станков, которая является причиной разброса характеристик производимых изделий. Поэтому можно получить ценную информацию о причинах дефектов, если анализировать данные, разделив (расслоив) их по станкам (оборудованию), с помощью которых были изготовлены изделия. Но влияние на разброс показателей качества изделий оказывают и другие факторы: квалификация и внимание исполнителей, качество исходных материалов, методы и условия производства, время изготовления и т.д. Проводя расслоение также и по этим факторам, можно значительно углубить анализ и повысить обоснованность заключения. Рассматривая каждый фактор, по которому проводится расслоение, можно выявить факторы второго порядка, оказывающие влияние на разброс показателей качества, зависящих от того или иного фактора первого порядка. Поэтому часто приходится проводить расслоение еще и по факторам второго, а если окажется необходимым, то и по факторам третьего порядка. Так, в на-

шем примере факторами расслоения второго порядка могут быть следующие:

- оборудование (тип и форма; конструкция; срок службы; расположение);
- человеческий фактор (заказчик; оператор; рабочий, поставленный на замену; мастер; стаж работы; мужчина или женщина);
- исходные материалы (изготовитель; тип и торговая марка; партия);
- методы (методы операций; условия операций – температура, давление и т.д.; система сдачи продукции);
- время (дата; первая или вторая половина дня; день или ночь; день недели);
- изделие (тип; сорт; качество; партия).

Метод расслоения данных в чистом виде применяется: при расчете стоимости изделия, когда требуется оценка прямых и косвенных расходов отдельно по изделиям и по партиям; при оценке прибыли от продажи изделий отдельно по клиентам и по изделиям; при оценке качества хранения отдельно по изделиям и по партиям и т.д.

Диаграмма Парето – разновидность столбиковой диаграммы применяемой для наглядного отображения рассматриваемых факторов в порядке уменьшения их значимости. Диаграмма Парето названа по имени итальянского экономиста Парето (1845 – 1923). Диаграммы Парето часто используют для анализа причин брака. С помощью диаграмм Парето в удобной и наглядной форме можно представить потери от брака в зависимости от причин появления брака. Диаграмма Парето может выражать результаты расслоения дефектов по причинам, по условиям, по положению и т.д. В результате анализа диаграмм Парето выявляют причины брака, имеющие наибольшую долю (наибольший процентный вклад) и намечают мероприятия по их устранению. Сравнивая диаграммы Парето, построенные по данным до и после улучшения процесса, оценивают эффективность принятых мер.

Причинно-следственная диаграмма. Причинно-следственная диаграмма часто называется также диаграммой Исикавы (по имени ее автора), диаграммой «причина–следствие», «рыбья кость», «рыбий скелет». Она позволяет выявить и систематизировать различные факторы и условия (например, исходные материалы, условия операций, станки и оборудование, операторы), оказывающие влияние на рассматриваемую проблему (на показатели качества, такие как размер резьбы, прочность на разрыв, твердость и т.д.). Информация о показателях качества для построения диаграммы собирается из всех доступных источников: используется журнал регистрации операций, журнал регист-

рации данных текущего контроля, сообщения рабочих производственного участка и т.д. При построении диаграммы выбираются наиболее важные с технической точки зрения факторы. Причины сортируются на наиболее вероятные; на причины, связанные с рассеянностью, и причины, связанные с небрежностью персонала; на причины трудноустраняемые и причины, которые невозможно устранить. Разброс факторов (причин), таких как размеры, температура и другие количественные данные, получаемые с помощью измерений, анализируется с использованием гистограмм и других графических методов. При обнаружении отклонений, указывающих на возможность появления брака, принимают меры по устранению причин отклонений.

Очень часто можно проследить корреляционную зависимость между причинными факторами (параметрами процесса) и показателями качества. В этом случае параметры легко поддаются корректированию.

Сложная причинно-следственная диаграмма анализируется с помощью расслоения по отдельным факторам, таким как материалы, исполнители, время проведения операций и др. При выявленной при анализе заметной разнице в разбросе между «слоями» принимают соответствующие меры для ликвидации этой разницы и устранения причины ее появления. Причинно-следственная диаграмма как метод решения возникающих проблем используется не только в производственной сфере, но и для привлечения новых клиентов, для оценки конфликтов, возникающих между отдельными подразделениями предприятия, для контроля складских операций, контроля долговых обязательств и т.д.

Гистограмма представляет собой один из видов столбиковой диаграммы, дающей наглядное представление того, с какой частотой повторяется то или иное значение или группа значений. Если данные ежедневных измерений или контроля одного и того же или нескольких параметров – размеров, механических характеристик и т.п., полученных за определенный период, например за месяц (число наблюдений должно составлять не менее 30, а по возможности порядка 100) – сгруппировать по частоте попадания в тот или иной интервал значений и представить это распределение данных графически в виде столбиков, получим график, называемый гистограммой. Гистограмма может дать много ценной информации, если сравнить полученное распределение с контрольными нормативами. Информация может оказаться еще более полезной, если по полученному распределению частоты определить среднее значение и стандартное отклонение.

Диаграмма разброса. Диаграмма разброса используется для выявления зависимости между показателями качества (результат) и основными факторами производства (причина) при анализе причинно-следственной диаграммы или для выявления корреляционной зависимости между факторами. Диаграмма разброса строится как график зависимости между двумя переменными x и y . Эффективным методом определения наличия или отсутствия корреляционной зависимости является метод медиан.

Контрольные карты. Контрольная карта представляет собой специальный бланк, на котором проводятся центральная линия и две линии выше и ниже средней, называемые верхней и нижней контрольными границами. На карту точками наносятся данные измерений или контроля параметров и условий производства. Исследуя изменение данных с течением времени, следят, чтобы точки графика не вышли за контрольные границы. Если обнаруживается выброс одной или нескольких точек за контрольные границы, это воспринимается как информация об отклонении параметров или условий процесса от установленной нормы. Для выяснения причины отклонения исследуют влияние качества исходного материала или деталей, методов, операций, условий проведения технологических операций, оборудования.

В производственной практике применяются следующие виды контрольных карт:

- карта средних арифметических и размахов ($\bar{x} - R$) – применяется в случае контроля по количественному признаку таких показателей качества, как длина, масса, прочность на разрыв и др.;

- карта индивидуальных значений (\bar{x}) – применяется в случае необходимости быстрого обнаружения незамеченных факторов или в случае, когда за день или за неделю было произведено только одно наблюдение;

- карта доли дефектной продукции (p) – применяется в случае контроля качества по определению доли дефектных изделий (например, доли дефектных винтов по длине винта, доли дефектных электрических лампочек по качеству металла и т.д.);

- карта числа дефектных единиц продукции (p_n) – применяется в случае контроля качества по определению числа дефектных изделий;

- карта числа дефектов (C) – применяется в случае, когда контроль качества осуществляется путем определения суммарного числа дефектов в заранее установленном постоянном объеме проверяемых изделий (например, число разрывов на постоянной площади ткани);

– карта числа дефектов на единицу продукции (U) – применяется в случае контроля качества по числу дефектов на единицу продукции, когда площадь, длина или другой параметр образца продукции не являются постоянной величиной.

Данные, представляемые в контрольной карте, используются для построения гистограмм; графики, получаемые на контрольных картах, сравниваются с контрольными нормативами. Все это позволяет получать ценную информацию для решения возникающих проблем.

Контрольный листок служит для сбора и упорядочения первичных данных. Заполнение контрольных листков является вспомогательным методом для использования контрольных карт, гистограмм и т.п. Формы листка могут быть самыми разнообразными и зависят от поставленной задачи. В контрольный листок заносят необходимые и достаточные данные для решения этой задачи. Такой листок позволяет осуществлять сбор данных за большой период времени. Сбор данных с помощью контрольных листков не требует больших затрат труда и времени – это лишь регистрация результатов контроля, который постоянно или периодически проводится исполнителем или контролером.

Для графического представления данных широко применяется в производственной практике графики с целью наглядности и облегчения понимания смысла данных. Различают следующие виды графиков:

- график, представляющий собой ломаную линию – применяется для выражения временных и тому подобных изменений;
- линейный график – применяется для выражения зависимости количественных величин;
- круговой график – применяется для выражения процентного соотношения рассматриваемых данных;
- ленточный график – применяется для выражения процентного соотношения рассматриваемых данных;
- Z-образный график – применяется для выражения условий достижения заданных значений;
- «радиационная» диаграмма – применяется для выражения баланса между несколькими факторами;
- «карта сравнения плановых и фактических показателей» – применяется для выражения зависимости между планом и состоянием его выполнения.

Перечисленные «семь инструментов контроля качества» при решении различных проблем могут использоваться как в отдельности, так и в различных комбинациях.

Таким образом, правильная обработка и анализ данных – важнейший этап управления качеством.

Список используемой литературы

1. Исикава, К. Японские методы управления качеством / К. Исикава. – М. : Экономика, 1988. – 215 с.
2. Мердок, Дж. Контрольные карты / Дж. Мердок. – М. : Финансы и статистика, 1986. – 150 с.
3. Свиткин, М.З. Менеджмент качества и обеспечение качества продукции на основе международных стандартов ИСО / М.З. Свиткин, В.Д. Мацута, К.М. Рахлин. – СПб., 1999. – 401 с.
4. «Семь инструментов качества» в Японской экономике. – М. : Изд-во стандартов, 1990. – 89 с.

ЭЛЕМЕНТЫ СИСТЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОПЕРАЦИОННОГО УЧЕТА

**Саталкина Н.И., канд. экон. наук, доцент кафедры
«Экономический анализ и качество»;
Гриднева М., аспирантка кафедры
«Экономический анализ и качество»**

Исследование построения на предприятии системы операционного учета (СОУ) целесообразно начать с анализа сбора и регистрации оперативных фактов, подлежащих операционному учету, так как этот элемент является точкой отсчета всей данной системы [1].

Под сбором и регистрацией оперативных фактов нами понимается организованная совокупность средств и приемов по восприятию, измерению и первоначальной фиксации на различных носителях исходной информации об операциях по выполнению требований стандартов качества.

Оптимальным вариантом организации сбора и регистрации информации является автоматическая регистрация информации об оперативном факте на носителе информации при помощи различных средств регистрации и средств передачи и накопления информации.

При первоначальном ознакомлении с деятельностью организации, подлежащей аудиторской проверке, в частности при знакомстве с действующей на предприятии системой операционного учета, аудитору будет интересно узнать, какие технические средства применяются при сборе и регистрации оперативных фактов на различных процессах. Данная информация, полученная в ходе опроса, поможет аудитору выявить:

- степень точности при сборе и при регистрации оперативных фактов;
- уровень оперативности сбора (съема, фиксации) и регистрации первичной информации об отдельных операциях;
- сформировать собственное мнение о том, будет ли и в дальнейшем первичная информация собрана и зарегистрирована с той же степенью точности и при том же уровне оперативности на конкретном участке учета.

Анализ сбора и регистрации оперативных фактов позволит аудитору:

- выявив положительные и негативные моменты в организации данной подсистемы системы операционного учета, определиться с оценкой подхода аппарата управления на проверяемом предприятии к вопросам необходимости тщательного учета и экономии имеющихся ресурсов;

- более подготовленным подойти к проверке тех разделов учета, где вопрос точности и оперативности сбора и регистрации информации играет важную роль, где плохая организация этого элемента может и приводит к отрицательным результатам исполнения требований стандартов качества в тех или иных процессах СМК.

Следующей важной составляющей СОУ является собственно сам массив документации СМК. Документирование информации о качестве – обязательное условие для ее включения в информационные ресурсы – осуществляется в порядке, установленном стандартами предприятия: «Управление документацией», «Управление записями о качестве».

Недостатком существующего массива документации СМК на наш взгляд является отсутствие его как такового по причине не разработанности типовых форм операционных документов. На предприятиях самостоятельно разрабатываются формы такой документации, однако они не всегда грамотно проработаны, на что указывает отсутствие необходимых реквизитов. А последний момент не дает возможности получения достаточно полной информации о качестве.

Основная функция массива операционной документации – функция прямой связи между фактом совершения операции и его отражением в соответствующей системе учета. Кроме того, все первичные учетные документы выполняют определенные специфические функции, зависящие от назначения документа.

В СМК действуют следующие виды документации, подлежащей управлению:

- Политика в области качества;

- Руководство по качеству;
- Стандарты предприятия, положения, методологические инструкции;
- Технологическая документация;
- Внешние и внутренние распорядительные документы;
- Нормативная и справочная документация;
- Инструкции (должностные, по охране труда и безопасному производству работ), положения о структурных подразделениях;
- Конструкторская документация.

Несмотря на многообразие операций, подлежащих отражению в системе операционного учета, основным требованием при создании документов в СМК является соблюдение нормативных требований. Основные требования к оформлению документов СМК изложены в стандарте предприятия «Управление записями о качестве. Аудитора, проводящего анализ данного элемента системы операционного учета, на наш взгляд должна интересовать информация о том, соблюдаются ли требования стандарта «Управление записями».

Следующий элемент СОУ, подлежащий анализу, – среда функционирования системы организации операционного учета.

Под средой функционирования СОУ – понимается совокупность внешних и внутренних факторов, влияющих на организацию первичного учета.

Один из способов анализа среды и ее влияния на функционирование системы – разделение всех факторов среды на две части: прямого и косвенного воздействия.

Необходимо отметить, что и внутренние, и внешние факторы практически одинаковы для всех систем, функционирующих внутри предприятия, однако их влияние специфично (на определенную систему факторы оказывают влияние определенным способом).

К внутренним факторам, воздействующим на систему организации операционного учета, относятся [2]:

- 1) философия управления и стиль работы;
- 2) организационная структура;
- 3) методы распределения полномочий и ответственности;
- 4) работа с персоналом;
- 5) техническая оснащенность.

Остановимся подробнее на внутренних факторах, или, как их еще можно назвать, на структуре управления, влияющей на СОУ.

Философия управления и стиль работы. Этот фактор выражается в отношении руководящего аппарата к проблеме и методам, с помощью которых решается эта проблема. Если руководство организации

осуществляется преимущественно одним или двумя лицами, то фактор философии управления и стиля работы будет иметь субъективно окрашенное влияние на построение и функционирование СОУ. При изучении этого фактора на наш взгляд следует проанализировать следующие моменты:

- цели и задачи, стоящие перед руководством в процессе управления качеством и намеченные мероприятия для достижения этих целей;

- есть ли у руководства необходимость в качественной и своевременной входящей информации при принятии управленческих решений или достаточно для него определить общие тенденции происходящего внутри организации (предприятия) и при принятии решений полагаться на свои опыт, знания и интуицию;

- достаточно ли внимания уделяется кадровому вопросу и технической вооруженности предприятия.

Проанализировав все эти моменты, можно будет объективно указать на влияние рассматриваемого фактора на систему, а именно определить, признается ли задача правильной организации СОУ проблемой, стоящей перед организацией, или нет.

Работа с персоналом. Это очень важный фактор, влияющий на построение любой системы. В СМК управление персоналом регулируется соответствующим стандартом. Следует отметить, что человеческий фактор является одним из важных в СМК. В управлении качеством учет данного фактора заложен в таком принципе, как вовлечение работников. Применение этого принципа проявляется в следующих действиях:

- понимание важности собственного вклада и роли в организации;

- определение роли и ответственности в решении проблем;

- активный поиск возможностей повышения своей компетентности, знаний и опыта.

Реализация этих действий обеспечивает рост трудового потенциала работников. В организациях, где это происходит, как правило, функционируют самые эффективные организационные системы, к которым относится и СОУ.

Список используемой литературы

1. Кирьянова, З.В. Методологические и организационные основы первичного учета / З.В. Кирьянова. – М. : Финансы и статистика, 1981.

2. Мазур, И.И. Управление качеством : учебное пособие / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро. – М. : Омега, 2005.

**ЭВОЛЮЦИЯ ПОДХОДОВ ОБЕСПЕЧЕНИЯ САМООЦЕНКИ
ПРЕДПРИЯТИЙ В УПРАВЛЕНИИ КАЧЕСТВОМ
ПРОДУКЦИИ / УСЛУГ:
ЦИТАТЫ, АФОРИЗМЫ, ВЫСКАЗЫВАНИЯ И ПОСЛОВИЦЫ**

**Сизикин А.Ю., канд. экон. наук, доцент кафедры
«Экономический анализ и качество»**

К читателям

Особенностью предлагаемой читателям статьи и ее новизной является то, что в форме цитат, афоризмов, высказываний, пословиц и поговорок рассмотрены сущность и взаимосвязь: теории управления качеством; экономических законов организации и управления; научных и житейских подходов, принципов и методов управления качеством различными объектами.

В данной статье использовались знания, опыт и компетенции многочисленных отечественных и зарубежных авторов, экономистов и специалистов в области экономики и управления качеством продукции. В этой работе нашли отражение материалы совместной работы с коллегами, студентами различных специальностей и учениками школ, которые передали мне часть своего опыта и знаний.

Предлагаемая статья – это попытка описания проблемы обеспечения самооценки предприятий при управлении качеством различных объектов на самом верхнем уровне научной абстракции. Дальнейшая детализация проблем менеджмента качества возможна только после построения дерева целей повышения качества продукции/услуг, начинающая с верхнего уровня управления – уровня высшего руководства страны.

Надеюсь, что содержание этой статьи сможет оказать стимулирующее воздействие на Ваше мышление.

Если каждый из нас не проникнется Национальной идеей повышения качества, то никогда не быть России развитой страной.

Введение

Качество, как неотъемлемое свойство продукции и услуг, на рынке уже прочно завоевало позиции мировой экономики. Комплекс качественных свойств продукции и менеджмента качества предприятий и организаций имеет целый ряд направлений использования, поскольку, во-первых, создает аппарат самонастраивания рыночных процессов на запросы и изменения в обществе, что повышает стабильность, сбалансированность и гибкость реагирования экономики; во-вторых, они формируют систему самонаведения на потребности покупателей; в-третьих, глобальная экономическая интеграция обуславливает и пре-

вращает качество продукции и менеджмент качества предприятий, как экономические категории, в средство международного общения в соответствии с концептуальными основами, принятыми во всем мире. Это позволяет каждому экономическому субъекту легче войти в мировое хозяйственное пространство.

Сложность проблемы управления качеством заключается в многогранности и неоднозначности самого этого понятия, что приводит к расплывчатости, рассогласованности в смысловом значении таких терминов как развитие, рост, цель, стратегия, увеличение, улучшение, устойчивость, процветание.

Стратегия развития самооценки направлена на выявление слабых и сильных сторон деятельности организации относительно поставленных задач, планирование необходимых улучшений и нововведений в соответствии с ее возможностями, использование полученных оценок в процессах оперативного и стратегического планирования.

Цитаты

«Для людей делаешь – качество дай, для начальства делаешь – дай показуху».

А.И. Солженицын («Один день Ивана Денисовича»)

«За скупость платят дважды, за бескачественность не могут расплатиться никогда».

Билл Лус

«Если вы можете оценить то, о чем говорите, и выразить это количественно, тогда вы что-то об этом знаете, но если вы не можете это оценить и выразить количественно, тогда ваши познания скудны и неудовлетворительны».

Уильям Томпсон (Лорд Кельвин)

«Пример не учит ничему, пока он не излагается с помощью теории. Без знания теории копировать успешно работающую фирму – значит накликать на себя беду».

Э. Деминг

«Опыт дороже тысячи мнений, рожденных воображением».

М.В. Ломоносов

«Организации существуют лишь по одной причине: чтобы помочь людям сделать то, что в одиночку каждому было бы не под силу».

Р. Уотермен

«Качество не проверяется, а производится».

Принцип Lean Production

«Фирмы, которые не усвоят культуру всеобщего качества, обречены на поражение, они не выдержат конкуренции».

Дональд Питерсон, исполнительный директор FORD

«Чем лучше мы обслуживаем клиента, тем больше пользы приносим обществу. В этом и состоит истинное назначение коммерческого предприятия».

Коносуке Матсушита, Matsushita Electric

«Ошибки, несомненно, показывают нам то, что нуждается в совершенствовании. Без ошибок как бы мы узнали, над чем следует поработать?»

Питер МакУильямс «Live 101»

«Важно не бояться использовать шанс. Помните, самая большая неудача – не попробовать».

Дебби Филдс, основатель компании Mrs. Fields Cookies

«Если продукт постоянно не совершенствуется, успех его быстротечен».

Билл Геймс, Microsoft

«Задача менеджмента – создание среды, где каждый может получить удовольствие от своей работы».

Э. Деминг

«Точное логическое определение понятий – условие истинного знания».

Сократ

Афоризмы

«Для того чтобы остаться на том же месте, нужно бежать со всех ног».

Л. Кэрролл («Алиса в стране чудес»)

«Когда-то экономистов спрашивали: «Если вы такие умные, то почему вы такие бедные?» А теперь мы можем спросить: «Оказалось, вы не такие уж умные. Почему же вы такие богатые?»

Эдгар Фидлер

«Частный сектор – это часть экономики, контролируемая правительством, а государственный сектор – часть экономики, не контролируемая никем».

Джеймс Голдсмит

«У вас в России хорошие инженеры. Наверное, лучше шведских. И вы можете сделать одну, две хорошие ракеты, но вы не умеете делать десятки тысяч одинаково хороших автомобилей».

Президент компании Volvo

«В стране, которой плохо правят, стыдятся богатства».

Конфуций

«Государственное хозяйство – это такое хозяйство, в котором все хотят есть, но никто не желает мыть посуду».

Вернер Финк

«Самый быстрый способ выиграть войну против бедности – перестать делать вид, будто мы богаты».

Неизвестный американец

«Сколько у государства ни воров, все равно своего не вернешь».

Анатолий Рас

«Спад – это когда ваш сосед теряет работу, кризис – когда работу теряете вы».

Гарри Трумэн

«Процветание – это когда большая часть людей получает больше денег, чем зарабатывает, и тратит больше, чем получает».

«Что лучше, «искусственное процветание» или естественная нищета?»

Станислав Ежи Лец

«Настоящая слава – это когда ваше имя ценится дороже, чем ваша работа».

Д. Бурстин

«Вести бизнес без рекламы – все равно, что подмигивать девушкам в полной темноте».

С.Х. Бритт

«Консультант по менеджменту – это человек, который берет у вас часы, чтобы сообщить вам точное время, а потом с этими часами уходит».

Р. Таунсенд

«Никакую проблему невозможно решить на том же уровне, на каком она возникла».

А. Эйнштейн

«При согласии – малое растет, при несогласии – величайшее разрушается».

Гай Саллюстий Крисп

«Когда мы пытаемся вытащить что-либо одно, оказывается, что оно связано со всем остальным».

Закон Муира

«В современном деловом мире единственным постоянным фактором являются перемены».

Р. Уотермен

«Нет ничего более легкого, чем быть занятым, и нет ничего более трудного, чем быть результативным».

Ален Маккензи

«Если бы рекламодатели тратили на улучшение своей продукции те деньги, которые они тратят на рекламу, их продукция не нуждалась бы в рекламе».

Уилл Роджерс

«Чем обдуманнее поступают люди, тем сильнее их настигает случайность».

Ф. Дюрренматт

«Самое трудное не защищать свое мнение, а знать его».

А. Моруа

«Ученый! Ты объясняешь нам науку, но кто объяснит нам твоё объяснение».

Джордж Байрон

«Кто экономит на экономике, на том экономика экономит».

Леонид С. Сухоруков

На вопрос: «Сколько составляет квадратный корень из двух?» – физик не задумываясь ответит: «Это величина порядка единицы». Инженер произведет расчеты и скажет: «Около 1,41». Экономист спросит: «А сколько вам надо?».

Неизвестный автор

Высказывания

«Будьте самоучками – не ждите, чтобы вас научила жизнь».

Станислав Ежи Лец

Иногда меня спрашивают: «С чего начать внедрение систем качества?» Я отвечаю: «Начните с ремонтов туалетов, они у Вас в безобразном состоянии». Это не эпатаж. Я уверен, что качество начинается с личной чистоплотности. Если в туалете грязь и, простите, вонь, люди не поверят Вам, что Вы всерьез решили заняться качеством».

Из записных книжек Билла Луса

«Весь двадцатый век потрачен на то, чтобы вернуться к принципам мастерства прошлого (XIV-XVII вв.): мастер – это лидер и учитель; мастер носитель знаний; мастер создавал атмосферу вовлеченности и мотивированности; мастер обеспечивал целостность и неразрывность технических и управленческих процессов; мастер работал на конкретных потребителей; мастер стремился к непрерывному совершенству».

Из записных книжек Билла Луса

«Однажды корпорация Ford заказала известной автомобильной компании Honda изготовить несколько коробок передач. Когда заказ был доставлен и работники корпорации Ford стали проверять измерительными приборами точность исполнения, выяснилось, что все изделия имеют абсолютно одни и те же показатели. Американцы вначале усомнились в исправности своих приборов, но после повторных измерений пришли к выводу – точность японского изготовления выше точности американских измерительных приборов».

Джимми Мюррей

«...Первый этап управления качеством – узнать запросы потребителей. Второй этап – узнать, что будут покупать потребители. Нельзя определить качество, не зная затрат. Необходимо предупредить возможные дефекты и претензии».

Каору Исукава

«Никакая теория, программа или правительственная политика не могут сделать предприятие успешным: это могут сделать только люди».

«... как бы вы ни были хороши или удачливы и как бы вы ни были умны и ловки, ваше дело и его судьба находятся в руках тех людей, которых вы нанимаете».

Акио Морита, президент компании SONY

«Мы живем в динамическое время. Но люди любят постоянство и, чтобы люди могли также быстро изменяться, необходимо принять новый принцип постоянства – это постоянство перемен к лучшему».

«У русских есть поговорка: «Хотели как лучше, получилось как всегда». Мне думается, что это происходит от неумения русских реально планировать. О ни путают мечты и точно рассчитанные планы».

Из записных книжек Билла Луса

«У вас в России есть уникальная возможность и связанное с ней уникальное преимущество – вы имеете колоссальный опыт социальных достижений, и вы вошли сейчас в рыночные отношения, более эффективные, чем ваши прежние. Попробуйте соединить социальные подходы с эффективностью рыночных отношений. Не упустите этот шанс. Мы на Западе шли к этому весь век».

Паскуале Эрто

«В 40-е годы Америка имела военных героев; в 60-е годы образцами для подражания были космонавты. В настоящее время героями следует считать специалистов в области качества, поскольку их вклад в будущее развитие и процветание может быть дальше больше, чем выдающихся личностей прошлого».

Дж. Харрингтон

«Говорить о качестве любят многие. Заниматься этой проблемой, как мы ее все называем, не хочет никто, пока жизнь не заставит. Качество это не проблема, с которой нужно бороться и воевать с персоналом, а качество может быть главной целью бизнеса, возбуждающей и притягивающей людей. Изменение отношения к качеству с проблемного на позитивное позволит каждому руководителю быть более успешным. А не это ли ищет каждый из нас?!»

*А. Трушин, генеральный директор
ЗАО «Промышленные Компьютерные Технологии»*

«Качество определяется покупателем; покупатель хочет иметь изделия и услуги, которые в течение всего срока их службы удовлетворяют его или ее потребностям и ожиданиям по цене, соответствующей ценности».

Корпорация Ford

Народная мудрость (пословицы)

Уровень жизни страны определяется уровнем качества продукции и услуг, производимых ее населением. Уровень качества продукции и услуг определяется качеством менеджмента.

Современная формула процветания

Нам даром, без труда ничего не дается, – недаром исстари пословица ведется.

Русский фольклор

Дорого продают, да проживаются. Дешево продают, да наживаются.

Из заповедей русских купцов

Дадим заказчику то, что ему нужно, а не то, что он просит!

Российский инженерный фольклор

Когда в руках находится молоток, любая проблема становится похожей на гвоздь.

Народная мудрость

Разочарование от низкого качества длится дольше радости от низкой цены.

Из рекламы

Сильные разделяются со слабыми, умные разделяются с сильными, а правительство разделяется со всеми.

«Закон джунглей»

Заключение

В заключение данной статьи процитирую русского философа Ивана Александровича Ильина [«Русский колокол». – 1928. – № 4. – С. 3–4]:

«Верим и знаем: придет час, и Россия восстанет из распада и унижения и начнет эпоху нового расцвета и нового величия. Но возродится она и расцветет лишь после того, как русские люди поймут, что спасение надо искать в качестве!..

Всмотритесь же в пути и судьбы России, вдумайтесь в ее крушение и унижение! И вы увидите, что русскому народу есть только один исход и одно спасение – возвращение к качеству и его культуре. Ибо количественные пути исхожены, выстраданы и разоблачены и количественные иллюзии на наших глазах изживаются до конца.

Качество необходимо России: верные, волевые, знающие и даровитые люди; крепкая и гибкая организация; напряженный и добросовестный труд; выработанный первосортный продукт, высокий уровень жизни. И готовить восстановление России – значит прежде всего готовить себя самого к качественному служению Родине; готовить свой характер, свой разум, свое чувство, свою волевою идею. Имя этой волевой идеи – русское качество. Верим и знаем: придет час – и Россия восстанет из распада и унижения и начнет эпоху нового величия. И эпоха эта будет стоять под знаком нашей волевой идеи!»

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ ОБЕСПЕЧЕНИЯ САМООЦЕНКИ ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ В УПРАВЛЕНИИ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ (УСЛУГ)

**Сизикина Т.А., соискатель кафедры
«Экономический анализ и качество»**

*Статья подготовлена под научным руководством д-ра экон. наук,
профессора кафедры «Экономический анализ и качество»*

Б.И. Герасимова

В соответствии с широко распространенным и общепринятым стандартом ГОСТ Р ИСО 9000–2008 концепт «качество» трактуется как «степень соответствия совокупности присущих характеристик требованиям». Функционирование промышленных предприятий (ПП) формирует институциональные требования в виде самооценки процессов обеспечения качества продукции ПП как «части» менеджмента качества, направленной на создание уверенности, что требования к качеству будут выполнены» (ГОСТ Р ИСО 9000–2008). Такая стратегия TQM (Total Quality Management – Глобальный менеджмент качества) рассматривается во всем мире как основная проблема национальной экономики, от которой зависят темпы промышленного развития страны и ее национальный престиж [1].

Существуют различные способы повышения качества продукции ПП. Одним из таких способов является формирование и развитие механизма самооценки (мониторинга) менеджмента качества ПП. Данный организационно-экономический процесс относится к элементу управления. Самооценка позволяет улучшить эффективность и результативность деятельности ПП как на всех этапах процесса управления, которые включают: планирование, организацию, мотивацию, контроль, предупреждающие и корректирующие действия, так и в различных сферах деятельности: закупка товаров, производственная деятельность, хранение сырья и готовой продукции, сбытовая деятельность, бухгалтерская и финансовая деятельность [2].

Организационно-экономические требования обеспечения самооценки качества продукции включают требования формального и неформального характера: законы, постановления, распоряжения, инструкции, стандарты, правила, регламенты. Эти требования целесообразно объединить в концепт «макро-самооценка». Это не противоречит теории и методологии стандартизации в рамках внедрения на ПП концепции TQM и хаордического развития ПП по миссии, видению и кредо.

Самооценка качества ПП рассматривается как совокупность операций, осуществляемых в зависимости от видения СМК и включающих набор номенклатуры показателей качества СМК, определение численных значений этих показателей по сравнению с базовыми (конкурентными, эталонными и т.п.). Для проведения процедуры самооценки используется единая мера, или шкала, в которой соизмеряются различные сочетания показателей.

При идентификации процессов обеспечения самооценки качества продукции ПП необходимо классифицировать процессы устойчивого развития по критерию повышения их эффективности на формальные и неформальные процессы. Первые играют определяющую роль в обеспечении качества продукции ПП, поскольку базируются на международных стандартах ИСО 9000–2008. Неформальные процессы обеспечения самооценки качества продукции ПП дополняют формальные процессы и являются их продолжением и отображением при самооценке формальных процессов по критерию результативности. Неформальные процессы самооценки качества продукции гармонизируют формальные процессы и обеспечивают состояние функционирования формальных процессов самооценки – мировые награды и премии за качество [3].

Таким образом, ядром модели самооценки процессов стандартизации обеспечения качества продукции выступают премии (награды) за качество в интерпретации их компонент как институциональных требований обеспечения качества хаордического функционирования ПП и качества продукции. Выбор модели (премии) самооценки процессов качества обусловлен действующей системно-информационной (знаниевой) парадигмой качества и максимальной шкаловой результативностью процессов обеспечения качества продукции с учетом зрелости СМК предприятий и организаций региона [4].

Оценка результативности процессов обеспечения самооценки качества продукции ПП производится по девяти институциональным критериям устойчивого развития, каждый из которых имеет собственный «вес»:

- 1) процессы самооценки «Руководство» – Рс (10 усл. ед.);
- 2) процессы самооценки «Политика и стратегия» – ПСс (8 усл. ед.);
- 3) процессы самооценки «Управление людьми» – УЛс (9 усл. ед.);
- 4) процессы самооценки «Ресурсы» – РЕСс (9 усл. ед.);
- 5) процессы самооценки «Процессы» – Пс (14 усл. ед.);
- 6) процессы самооценки «Удовлетворение заказчиков» – УЗс (20 усл. ед.);
- 7) процессы самооценки «Удовлетворенность персонала» – УПс (9 усл. ед.);

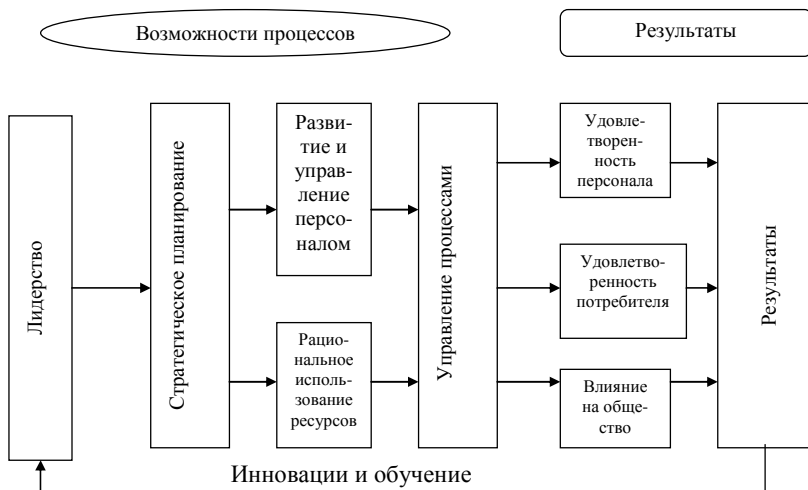


Рис. 1. Концептуальная модель развития самооценки менеджмента качества ПП

- 8) процессы самооценки «Влияние на общество» – ВОс (6 усл. ед.);
- 9) процессы самооценки «Результаты бизнеса» – РБс (15 усл. ед.).

Оценка каждого критерия стандартизации производит по десяти показателям (процессам) самооценки [5].

Модель самооценки (МС) процессов устойчивого развития предприятий и организаций региона в управлении качеством продукции/услуг формализуется в виде:

$$MC = Pc + PCc + ULc + PECc + Pc + Uzс + UПс + ВОс + РБс.$$

Предложенная модель самооценки позволяет связать результативность процессов обеспечения качества продукции со степенью устойчивого развития и зрелостью СМК ПП, а также выявить по правилу Парето (80/20) «дефекты» процессов управления качеством (табл. 1).

Перечень критериев и показателей самооценки менеджмента качества ПП динамичен, он меняется периодически исходя из миссии, видения и кредо СМК ПП. При этом на предприятии возможно не только расширение перечня, но и, что особенно важно, его сужение в случае достижения рассматриваемым процессом СМК запланированных результатов, когда дальнейшее повышение качества продукции невозможно или нецелесообразно из-за нерационального соотношения вложенных ресурсов и ожидаемого потенциального результата [5].

1. Этапы устойчивого развития ИП в процессе обеспечения самооценки качества продукции (услуг)

Этап развития менеджмента качества ИП	Количество баллов по модели самооценки	Результативность процессов самооценки, %	Уровень зрелости СМК ИП	Уровень «дефектов» процессов устойчивого развития, %
I	0 – 250	25	Отсутствует	75
II	251 – 500	50	Низкая	50
III	501 – 750	75	Средняя	25
IV	751 – 1000	Высокая	Высокий	Низкий

Такой подход возможен только при выполнении ряда сформулированных нами постулатов [6].

Постулат 1. Качество региона отождествляется как информация (турбулентный информационный поток) отображения собственных характеристик (собственной характеристики) региона, удовлетворяющих конъюнктурным требованиям поля региональной платформы. Последние, как правило, имеют институциональную природу происхождения.

Постулат 2. Собственная характеристика качества региона выявляется в процессе системного взаимодействия миссии, видения и кредо региона в рамках поля позиционирования предприятий и организаций регионального рынка с сегментами качества продукции, товаров, процессов, работ и услуг.

Постулат 3. Регион формируется как неравновесная открытая синергетическая система, а предприятия и организации, входящие в границы поля региональной информационной платформы являются подсистемами исходной региональной системы.

Постулат 4. Конкурентоспособность выступает базовой собственной характеристикой качества развития региона как функционал от конкурентоспособности предприятий и организаций формирующих горизонт устойчивого развития региона [10].

Постулат 5. Под конкурентоспособностью товара подразумевается совокупность его качественных и стоимостных характеристик,

которая обеспечивает удовлетворение конкретной потребности покупателя и выгодно для покупателя отличается от аналогичных товаров-конкурентов.

Постулат 6. Сетевая самоорганизация региона, а также предприятий и организаций, объединенных региональной информационной платформой, формируют интегрированную СМК региона на базе СМК предприятий и организаций. Идентификация процессов самооценки качества жизни региона производится в подсистеме СМК региона – СМК жизни. Мониторинг состояния функционирования СМК жизни производится по показателям самооценки.

Постулат 7. Устойчивость и идентификация процессов самооценки качества жизни существенным образом увеличивается за счет комплементарного согласования (регулирования) устойчивого развития качества жизненных циклов СМК региона и СМК его предприятий и организаций.

Таким образом, самооценка при правильном использовании ее результатов может позволить добиться долгосрочного эффекта устойчивого развития регионов, а наша страна сможет оказаться одной из первых по уровню качества жизни.

Список используемой литературы

1. Качество в XXI веке. Роль качества в обеспечении конкурентоспособности и устойчивого развития / под ред. Т. Конти, Е. Кондо, Г. Ватсона ; пер. с англ. А. Раскина. – М. : Стандарты и качество, 2005.
2. Шмелева, А.Н. Оценка и повышение операционной эффективности системы менеджмента качества предприятия: теория, методология, практика: автореф. дис. ... д-ра экон. наук. – Тамбов : Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2011.
3. Конти, Т. Самооценка в организациях / пер. с англ. И.Н. Рыбакова ; науч. ред. В.А. Лapidус, М.Е. Серов. – М. : Стандарты и качество, 2000.
4. Маслов, Д.В. Сравнительный анализ мировых премий по качеству / Д.В. Маслов, Э.А. Белокоровин // Стандарты и качество. – 2005. – № 5. – С. 88 – 94.
5. Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт): официальный сайт. – URL : <http://www.gost.ru>
6. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. – М. : Эксмо, 2004. – С. 188 – 190.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ КАЧЕСТВА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ

**Солозобов О.А., Строилова Э.В., Заносиенко О.А., аспиранты
кафедры «Экономический анализ и качество»**

*Статья подготовлена под научным руководством д-ра экон. наук,
профессора кафедры «Экономический анализ и качество»*

К.Н. Савина

Термин «качество» крайне широко и часто используется разными людьми, которые порой придают ему различные значения. Однако, для использования этого термина в области управления качеством продукции необходимо однозначное его определение, для того чтобы, исключить некорректное понимание и смешивание понятий, которые порой встречаются в отдельных областях знаний.

С давних пор величайшие умы человечества давали трактовку термину «качество» как первостепенному понятию в такой области исследований как управление качеством продукции. Так согласно работам В.В. Окрепилова [1] определение понятия «качество» восходит к древнегреческому мыслителю Аристотелю, который еще в III в. нашей эры подверг анализу качество как философскую категорию. По мнению Аристотеля, то, что существует само по себе, то и образует качество. На многие века определило развитие представлений о качестве именно аристотелевское его понимание, где главное внимание уделялось предметному характеру качества. Родоначальником системного понимания качества является Гегель, который подчеркивал, что «качество есть в первую очередь тождественная с бытием определенность, так что нечто перестает быть тем, что оно есть, когда оно теряет свое качество» [2]. Также В.В. Окрепилов приводит определения качества, данные Шухартом, Исикавой. Так, согласно Шухарту (1931) качество имеет две составляющих: объективные физические характеристики и субъективную сторону. Исикава К. (1950) определяет качество как свойство, реально удовлетворяющее потребителей [1].

Как видно из табл. 1, определение качества практически идентично в отечественных и международных нормативных документах начиная с 1970 г. Сущность определения «качество» состоит из двух составляющих, одной из которых является качество как совокупность свойств и характеристик, а второй – свойства и характеристики, которые должны удовлетворить потребности потребителей и соответствовать строгим требованиям безопасности. При взгляде на формулировки создается впечатление, что новая формулировка соответствует предшествующей, только является более короткой и написана в другой

1. Соотнесение формулировок термина «качества» в отечественных и международных нормативных документах

Определение качества	Нормативный документ
Качество продукции – совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением	ГОСТ 15467–79
Качество – совокупность свойств и характеристик продукции или услуги, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности	ИСО 8402–86
Качество – совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности	ИСО 8402–94
Качество – это степень соответствия присущих характеристик требованиям	ИСО 9000–2000

редакции. И в самом деле, присущие характеристики – это совокупность свойств и характеристик конкретного продукта, а требование – есть потребность и ожидание, которое установлено, обычно предполагается или является обязательным [3]. Если гипотетически представить, что тут речь идет об установленных и предполагаемых потребностях, то получается, что качество определяется как степень реально достигнутого качества конкретной продукции к установленному условно уровню. Получается, что данное определение больше похоже на уровень качества, иными словами сравнительную характеристику качества, что является несколько другим понятием.

В связи с вышеизложенным, а также исходя из того, что качество – есть важнейший фактор конкурентноспособности продукта наравне с ценой и способностью удовлетворить потребителя, мы предлагаем придерживаться редакции определения качества, которая основана на определениях Шухарты и Исикавы: качество – есть совокупность свойств и характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности в соответствии с его стоимостью.

Список используемой литературы

1. Окрепилов, В.В. Управление качеством : учебник / В.В. Окрепилов. – 2-изд., доп. и перераб. – СПб. : Наука, 2000. – 912 с.
2. http://study.rags.ru/webtutor/phil_2/book/3-Gegel.htm
3. ГОСТ Р ИСО 9000–2001. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. – М. : Изд-во стандартов, 2003.

ПОНЯТИЙНО-ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ АППАРАТ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ

**Солозобов О.А., аспирант кафедры
«Экономический анализ и качество»**

*Статья подготовлена под научным руководством д-ра экон. наук,
профессора кафедры «Экономический анализ и качество»
К.Н. Савина*

Каждая область исследования, которая имеет свою методологию, как правило, обладает и собственным понятийно-терминологическим аппаратом, который формируется в процессе накопления знаний и развития области исследования с целью однозначной трактовки терминов и понятий. Это характерно и для такой области исследования как управление качеством продукции.

Словарь современных понятий и определений по качеству был создан во второй половине XX в. В нашей стране понятия и определения по качеству содержались в нормативных документах, первым из которых был ГОСТ 15467–70 «КС УКП. Термины и определения», введенный в 1970 г. Впоследствии в 1979 г. данный ГОСТ был переработан. В 1987 г. была опубликована первая версия стандартов ИСО серии 9000 – международных стандартов на систему качества. Однако словарь для этой серии вышел отдельным документом ИСО 8402 еще в 1986 г. Данный стандарт действовал и в рамках второй редакции стандартов ИСО 9004:1994 с незначительными изменениями [1]. Следует отметить, что в указанных документах, как отечественных так и международных, была определенная преемственность, и различия в формулировках носили, как правило, редакционный характер.

В 2000 г. была выпущена третья редакция стандартов ИСО 9000, которая значительно отличалась от предыдущих, в том числе и в терминологическом плане. Впервые словарь терминов был выпущен как часть ИСО 9000:2000 «Основные положения и словарь», а не отдельным документом, таким как ИСО 8402. Российским аналогом ИСО 9000:2000 «Основные положения и словарь» является ГОСТ Р ИСО 9000–2001. Третий раздел стандарта имеет название «Термины и определения» и содержит 80 терминов, разделенных на 10 групп. При ана-

лизе данного словаря, специалисты отмечают трактовку сущности документов и качество перевода на русский язык как два основных аспекта, которые определяют качество документа. В работах В.Ю. Огвоздина [2], В.В. Окрепилова [3], В.М. Спицнаделя [4] прослеживается наличие у специалистов отличий в трактовке терминов. Также высказываются мнения, например в статье «Насколько точно русское лицо стандартов ИСО», что перевод на русский язык нуждается в серьезной переработке.

Однако до настоящего времени, переработка не производилось и отдельные важные термины вызывают разногласия в трактовке. Огвоздин В.Ю. [2] весьма детально анализирует данное состояние, причем его анализ обладает как теоретическим, так и практическим подходом. Сложно не согласиться с его замечанием по поводу того, что «специалисты продолжают обращаться к стандарту ИСО 8402, в котором многие определения были сформулированы более понятно, чем в новом стандарте» [2].

Таким образом, можно сделать о том, что такая область исследований как управление качеством обладает собственным понятийно-терминологическим аппаратом, которому предстоит еще изменения и переработки.

Список используемой литературы:

1. http://www.kpms.ru/Standart/ISO_Develop.htm
2. Огвоздин, В.Ю. Управление качеством / В.Ю. Огвоздин. – М. : ДиС, 2007. – 288 с.
3. Окрепилов, В.В. Управление качеством : учебник / В.В. Окрепилов. – 2-е изд., доп. и перераб. – СПб. : Наука, 2000. – 912 с.
4. Спицнадель В.Н. Системы качества (в соответствии с международными стандартами ISO семейства 9000) : учебное пособие / В.Н. Спицнадель. – СПб. : Бизнес-пресса, 2000. – 336 с.
5. Насколько точно русское лицо стандартов ИСО // Стандарты и качество. – 2002. – № 6.

НАЦИОНАЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ – ОСНОВА УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ

**Строилова Э.В., аспирант кафедры
«Экономический анализ и качество»**

*Статья подготовлена под научным руководством д-ра экон. наук,
профессора кафедры «Экономический анализ и качество»*

К.Н. Савина

В настоящее время оказание услуг в области жилищно-коммунального хозяйства, в том числе в области управления объектами не-

движимости и сопровождающей инфраструктурой, относится к одному из наименее регламентированных видов хозяйственной деятельности. На рынке этих услуг нет единства требований к эксплуатации, нет единых подходов к управлению частнособственническими и арендными отношениями, к обслуживанию, ремонту и бюджетированию. Единственным мерилем качества управления остаются ощущения владельцев и арендаторов, которые могут быть довольны или не довольны услугой.

В целях реализации Федерального закона № 184-ФЗ от 27.12.2002 «О техническом регулировании», совершенствования и повышения эффективности работ по национальной стандартизации в области жилищно-коммунального хозяйства, приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии № 502 от 19.07.2012 произведена реорганизация технического комитета по стандартизации «Жилищно-коммунальные услуги» (ТК 393), изменено его наименование на «Услуги в области жилищно-коммунального хозяйства и управления многоквартирными домами».

Организацией на базе, которой будет функционировать секретариат ТК 393, определен ОАО «Всероссийский научно-исследовательский институт сертификации» (ОАО «ВНИИС», Москва).

Принятое решение о реорганизации ТК 393, прежде всего, связано с острой необходимостью в разработке и утверждения национальных стандартов в области ЖКХ и управления многоквартирными домами. Не для кого сегодня не секрет, что отсутствие обоснованных профессиональных основ деятельности по управлению многоквартирным домом, ведет к многочисленным злоупотреблениям со стороны лиц, осуществляющих управление МКД, а также к отсутствию взаимопонимания между этими лицами и собственниками помещений в многоквартирном доме, увеличением количества аварий и чрезвычайных ситуаций. Более того, субъекты предпринимательской и иной деятельности прямо или косвенно связанные со сферой ЖКХ регулярно обращают внимание на запутанность и бессистемность регулирования вопросов эксплуатации многоквартирных домов, неоднозначность судебных решений по вопросам обязательности выполнения тех или иных работ. Органы местного самоуправления, отвечающие за комфортное и безопасное проживание населения в границах своих территорий порой не могут повлиять на негативные процессы в жилищно-коммунальном хозяйстве. Социальная напряженность среди населения в регионах ежегодно возрастает в связи с увеличением стоимости услуг ЖКХ, однако повышение качества при этом не происходит. Отсутствие стандартов и правил, а также четких требований и обязательных

действий не позволяет власти всех уровней контролировать ситуацию в отрасли в полном объеме. Одной из причин, из-за которых такая ситуация стала возможной, является недостаточное внимание предприятий ЖКХ к качеству услуг, получаемых конечным потребителем (контроль качества), и, кроме того, отсутствие в ряде случаев стандартов и соглашений о качестве этих услуг. В ходе реформирования ЖКХ, которое идет уже четыре года, обнаружилось, что за управляющими компаниями никто не следит, нет никаких регламентирующих документов их деятельности. Задачей стандартов, регламентирующих качество услуг в сфере ЖКХ, является формулирование четкого набора услуг и критериев качества, понятного всем участникам этого рынка – собственникам, арендаторам и управляющим компаниям.

Стандарты ЖКХ необходимы для того, чтобы позволить всем сторонам сделать правильный выбор, сократить расходы на содержание штатов собственных административных департаментов и понять, какое необходимо качество услуг, как оптимизировать использование финансов.

Строго говоря, предоставляемые жилищно-коммунальные услуги могут быть признаны качественными либо некачественными лишь с установлением стандартов и соглашений о качестве услуг ЖКХ. А с установлением стандартов и правил первостепенное значение приобретают способы обеспечения и механизмы контроля качества услуг в ЖКХ.

Цели перехода к саморегулированию в ЖКХ определяются тем, что в сфере управления МКД существует потребность дополнительного регулирования этой деятельности, вызванная пробелами в действующем законодательстве и отсутствием национальных стандартов. Это проблема может быть решена как путем повышения эффективности государственного регулирования, прежде всего совершенствования жилищного и смежного с ним законодательства, так и одновременным развитием саморегулирования и стандартизации в этой сфере. При этом принятие через саморегулирующие организации соответствующих обязательных для своих членов правил и стандартов, может быть эффективно решена задача определения и унификации содержания управления в МКД на основе новой коммуникации «власть – бизнес – потребитель». Одновременно на базе принятых стандартов и правил саморегулирующих организаций могут быть сформированы базовые национальные стандарты в сфере ЖКХ и управления МКД.

Ожидаемый результат от реорганизации ТК 393 – установление стандартов качества и создание условий для их практического применения с целью повышения качества услуг в ЖКХ и, как следствие, бо-

лее полного удовлетворения запросов потребителей. Дальнейшее расширение системы отраслевой стандартизации на рынке управления недвижимостью позволит сделать услуги в ЖКХ более профессиональными и конкурентоспособными. Они стабилизируются, благодаря чему компании начнут конкурировать между собой, пересматривая свою политику в целях оптимизации бизнес-процессов. Собственники же потребуют для себя повышенного качества услуг и приемлемого бюджетирования путем оптимизации своей избирательной стратегии.

Главная задача (ТК) – профессионально описать все сферы деятельности по управлению многоквартирным жилищным фондом. Стандарты будут разбиты по категориям: Стандарты управления, Стандарты безопасности, Стандарты текущей и сезонной эксплуатации МКД, Стандарты документооборота, Стандарты СРО.

Если переводить это на доступный русский язык, то необходимо законодательно закрепить ответы на широко обсуждаемые, но не имеющие единого понимания вопросы: как определить качество работы управляющей компании, в чем ответственность собственника, что такое безопасность содержания дома, какие работы в доме надо выполнять обязательно и с какой периодичностью, и так далее – вплоть до формирования прозрачной и понятной цены на жилищные услуги. Ведь сегодня у нас не только нет единого понимания того, что такое «управление многоквартирным домом», у нас отсутствует такой вид экономической деятельности в принципе.

В 2013–2014 гг. в Федеральном плане стандартизации будут включены 20 основополагающих Стандартов услуг ЖКХ и управления многоквартирными домами. Ваши предложения по формированию плана национальных стандартов с учетом региональных особенностей и потребностей профессионального сообщества будут взяты за основу. От нашей с Вами активности будет зависеть не только качество принимаемых стандартов, но и качество оказываемых услуг ЖКХ.

Список используемой литературы

1. Савин, К.Н. Эффективность затрат кластера процессов жизнеобеспечения / К.Н. Савин // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – № 21(228).
2. Савин, К.Н. Региональный подход к формированию и развитию СМК в ЖКХ / К.Н. Савин // Механизация строительства. – 2011. – № 1(799).
3. Савин, К.Н. Методологические вопросы развития качества услуг жизнеобеспечения в составе кластера / К.Н. Савин // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – № 10(217).

4. Савин, К.Н. Устойчивое развитие жизнеобеспечения населения как основа оценки качества жизни / К.Н. Савин // Стандарты и качество. – 2011. – № 5.

5. Савин, К.Н. Качество – главный приоритет России в ее будущем / К.Н. Савин // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2011. – № 7(100).

ТЕХНОЛОГИЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СТАНДАРТИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Строилова Э.В., Сыщиков В.А., аспиранты кафедры
«Экономический анализ и качество»**

*Статья подготовлена под научным руководством д-ра экон. наук,
профессора кафедры «Экономический анализ и качество»
К.Н. Савина*

На современном этапе социально-экономических реформ проблемы стабилизации и повышения уровня и качества жизни населения стали центральными. От их решения во многом зависят направленность и темпы дальнейших преобразований. Повышается роль разносторонних исследований в области качества жизни как научной основы государственных мер, способствующих обеспечению наибольшей социальной эффективности экономических процессов.

Среди важнейших направлений социально-экономических преобразований в стране выделяется реформирование и развитие жилищной сферы, создающей необходимые условия для жизнедеятельности человека.

Качество жизнеобеспечения – это рациональное устройство жизни и деятельности местного населения по использованию всех доступных ресурсов, которые позволяют ему удовлетворять свои основные биологические и социальные потребности на уровне не ниже средних показателей, сложившихся в стране. При этом устойчивость жизнеобеспечения характеризуется способностью местного населения самостоятельно сохранять и поддерживать приемлемый уровень собственных доходов и потребления на неопределенно долгий срок в рамках неистощительного природопользования.

Анализ опыта стандартизации, разработки и внедрения стандартов качества (СК) отечественными предприятиями показывает, что создание системы зачастую проводится формально, ограничиваясь рамками требований стандарта ИСО 9000. При этом нередко случаи, когда при создании стандартов качества специалисты предприятия не проводят должного системного анализа деятельности собственного

предприятия и «механически» используют опыт других компаний, что приводит к определенной оторванности системы от реальных процессов на предприятии. Во многом это объясняется тем, что до сих пор на российских предприятиях превалирует применение функционального подхода к организации и управлению деятельностью. Этот подход основан на использовании различных иерархических типов организационной структуры предприятия, при которых организация и управление деятельностью осуществляется по структурным элементам (бюро, отделам, департаментам, цехам и т.п.), а их взаимодействие – через должностных лиц (начальников отделов, департаментов и цехов) и структурные подразделения более высокого уровня. Между тем реальная деятельность предприятия, создающая потребительскую ценность и приносящая предприятию доходы, не осуществляется вдоль функциональной иерархии, так как здесь имеют место только разрешения и приказы. Она пронизывает предприятие в виде набора бизнес – процессов, которые в большинстве своем никем не управляются и никто за них не отвечает, потому что бизнес-процессы на предприятии, как правило, не определены и не документированы.

Классификационные варианты стандартизации и управления качеством предприятия жизнеобеспечения (ПЖ) приведены на рис. 1.



Рис. 1. Функциональная схема стандартизации и управления качеством ПЖ

Основным законодателем моды развития стандартизации является Общеввропейский рынок, и сейчас наметилась тенденция, когда оценка СК на соответствие стандартам серии ISO 9000 рассматривается как обязательное условие сертификации, что особенно актуально, если учесть, что Россия находится на пороге вхождения во Всемирную Торговую Организацию (ВТО).

Место концепции стандартизации в СК предприятий и организаций жизнеобеспечения представлено в табл. 1

Технология обеспечения стандартизации может быть представлен графически в виде пирамиды (рис. 2.), вершиной которой является система целей ПЖ, а гранями – различные факторы, определяющие требования к организации системы управления предприятием. Эти факторы можно поделить на общие и специальные. Первые обусловлены рассмотрением процесса управления в рамках целеориентированной структуры потенциала и совокупности фаз принятия решений,

1. Основные концепции стандартизации и управления качеством

Ориентация концепции	Сущность и основные задачи в рамках данной концепции	Этапы развития концепции
На систему учета	Централизация и переориентация в будущее системы учета, концентрирующейся на регистрации фактической информации прошлых периодов	30-е гг. XX в.
На управленческую информационную систему	Концептуальная разработка, внедрение и последующее обслуживание информационной системы управления	70 – 80-е гг. XX в.
На систему управления: планирование и контроль координация стратегия	Планирование и контроль деятельности структурных подразделений предприятия Координация деятельности системы управления предприятием Обеспечение жизнедеятельности предприятия в долгосрочной перспективе	90-е гг. XX в. Начало XXI в.

базирующегося на комплексе инструментов управления заводом. Они типичны для всех хозяйствующих субъектов. Вторые предусматривают учет специфики предприятия и управление им в разрезе функциональных программ, производственных процессов и проектов.

В целом, координируя, интегрируя и направляя деятельность всей СК ПЖ на достижение поставленных целей, стандартизация представляет собой обратную связь в контуре управления за счет выбора организационного, математического и информационного (технического, программного, лингвистического) обеспечения и является синтезом планирования, учета, контроля, экономического анализа, организации информационных потоков и многого другого.



Рис. 2. Технология обеспечения стандартизации и управления качеством ПЖ

Оценка эффективности функционирования СК осуществляется через оценку результативности ее процессов. Поэтому, как аргументируется в диссертации, аудит операций по обеспечению качества следует дополнять аудитом эффективности, разновидностью которого является аудит результативности процессов СК. Аудит операций стандартизации СК является аудитом соответствия, так как проверяются процессы на предмет выполнения в них операций в соответствии с требованиями стандартов качества.

Учитывая вышеизложенное, обоснуем основные факторы формирования на отечественных ПЖ системы стандартизации СК:

- повышение нестабильности как внешней среды, так и внутренней выдвигает дополнительные требования к системе управления предприятием;
- смещение акцента с контроля прошлого на анализ будущего;
- повышение гибкости и надежности функционирования предприятия;
- необходимость продуманной системы действий по обеспечению выживаемости предприятия и избеганию кризисных ситуаций;
- усложнение систем управления предприятием требует механизма координации внутри системы управления;
- необходимость в непрерывном отслеживании изменений, происходящих во внешней и внутренней средах предприятия;

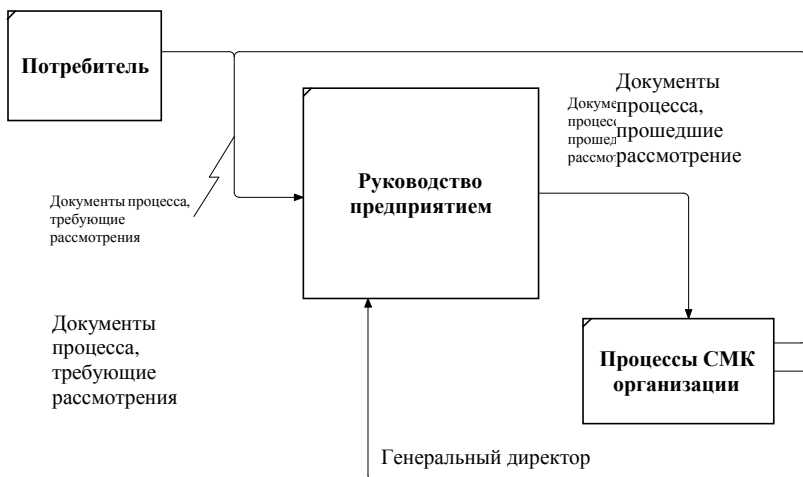


Рис. 3. Общая модель процесса стандартизации и управления качеством ПЖ

– необходимость построения специальной системы информационного обеспечения управления.

Технология стандартизации выступает как система обеспечения выживаемости ПЖ, в краткосрочном плане нацеленная на оптимизацию прибыли, в долгосрочном – на поддержание гармоничных отношений с окружающей средой (рис. 3).

Список используемой литературы

1. ИСО 9001–2008. Системы менеджмента качества. Требования. – М. : Стандартиформ, 2009.
2. Идентификация системного взаимодействия качества жизни и качества экономического роста : монография / О.И. Бетин, Б.И. Герасимов, О.А. Ковынева, Л.И. Федорова, В.В. Худеева. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 196 с.
3. Куликов, Н.И. Социальное страхование и его влияние на качество жизни населения (на примере Тамбовской области) / Н.И. Куликов, Е.В. Галкина. – Тамбов, 2005. – 170 с.
4. Савин, К.Н. Формирование и развитие регионального кластера качества жизнеобеспечения / К.Н. Савин. – М. : Экономика, 2009. – 227 с.

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРЕДПРИЯТИЯ ЖИЗНЕОБЕСПЕЧЕНИЯ ЧЕРЕЗ ЭНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТ

**Сыщиков В.А., соискатель кафедры
«Экономический анализ и качество»**

*Статья подготовлена под научным руководством д-ра экон. наук,
профессора кафедры «Экономический анализ и качество»
К.Н. Савина*

Реализация общегосударственной политики в области энергосбережения и повышения энергоэффективности требует единство подхода – от федерального уровня до уровня отдельной организации. Для достижения данной цели, Британский институт стандартизации выпустил стандарт BS EN 16001, направленный на то, чтобы помочь организациям осуществлять эффективное управление энергозатратами, сократить издержки на потребление энергии и снизить выбросы парниковых газов. Стандарт определяет требования к системе менеджмента энергоэффективности, в том числе, к разработке энергетической политики, определению и планированию энергопотребления. Применение стандарта возможно в организации любого размера и структуры.

Применительно к специфике энергоменеджмента, основные этапы эффективного управления энергопользованием в организации:

- а) принятие энергетической политики организации;
- б) планирование производства и потребления энергии;
- в) внедрение и эксплуатация энергетических установок;
- г) контроль и измерения в энергопользовании, включая результа-

та деятельности персонала;

д) корректирующие и предупреждающие действия по выявленным и прогнозируемым несоответствиям;

е) внутренний аудит;

ж) анализ менеджмента в энергопользовании;

з) совершенствование менеджмента.

Стандарт предназначен как для самостоятельного применения, так и для его применения в составе других систем управления качеством (ISO 9001), воздействием на окружающую среду (ISO 14001), безопасными условиями труда (OHSAS 18001:2007).

Стандарт предполагает выполнение следующего ряда шагов по внедрению системы энергоменеджмента организации:

а) постановка задачи по созданию энергоменеджмента организации: выпуск приказа о создании системы энергоменеджмента, определение целей, назначение руководителя службы энергоменеджмента, определение основных процессов управления использованием энергоресурсов, формирование рабочей группы по энергосбережению, разработка и утверждение Положения о порядке учета затрат на проведение мероприятий по повышению энергоэффективности и определению экономического эффекта от проведенных мероприятий, Положения о порядке использования средств, получаемых в результате экономии при проведении мероприятий повышения энергетической эффективности;

б) определение исходного состояния и подготовка программы энергосбережения: сбор исходных данных по использованию энергии и энергоресурсов во всех подразделениях организации, анализ использования энергии организации, выявление сфер наибольшей и наименьшей эффективности, определения доли энергозатрат в структуре себестоимости продукции, полуфабрикатов, определение перспективы использования энергии и энергоресурсов с выделением первоочередных и перспективных мероприятий, подготовка отчета об оценке эффективности и надежности работы энергокомплекса с проектом программы повышения энергоэффективности, определение целевых показателей исполнения программы и т.п.;

в) определить источники финансирования исполнения программы: формирование сметы расходов по каждому пункту программы, включая приложения для подразделений, определение мероприятий,

не требующих финансирования, и мероприятия по текущему ремонту вне сферы специального проведения мероприятий повышения энергоэффективности, определение возможных источников финансирования;

г) реализация программы: проведение совещаний по реализации программы, проведение политики мотивирования работников на исполнение Программы, проведение внутренних аудитов, проведение мониторинга исполнения мероприятий реализации целевых показателей Программы;

д) оценка результатов исполнения Программы. Внесение корректив: оценка результатов исполнения Программы в части повышения надежности работы энергокомплекса организация, оценка экономической эффективности проведения мероприятий повышения энергоэффективности, подготовка отчета о результатах реализации Программы, анализ исполнения мероприятий повышения энергоэффективности, принятие корректив к исполнению программы и определение источников финансирования.

В настоящее время, идет разработка стандарта ISO 5001 «Системы энергетического менеджмента – требования и руководство для применения».

Стандарты позволяют сформировать главный документ организации – энергетическую политику, на основании которой составляются планы и определяется перечень мероприятий в области энергосбережения, позволяющие учесть, как требования действующего законодательства, так и зарубежные правила системы энергетического менеджмента.

Согласно определению, энергетический менеджмент необходим для эффективного управления потреблением топливно-энергетических ресурсов (ТЭР) и контроля экологических показателей деятельности предприятия.

Таким образом, энергетический менеджмент – это управленческий проект, предполагающий последовательное выполнение, цикличность и координацию планирования, создания адекватных структур управления, механизмов стимулирования и контроля за рациональным расходованием ТЭР, осуществление которого обеспечивает условия и способы достижения уменьшения энергозатрат на предприятии с целью повышения уровня конкурентоспособности производимых товаров и услуг.

Для отрасли ЖКХ целью энергоменеджмента является снижение затрат на предоставляемые коммунальные услуги, по содержанию жилья и т.д. Причем более 80% стоимости услуг в ЖКХ относится к коммунальным услугам – это поставка электрической энергии, тепла, газа, горячей и холодной воды. Остальное – жилищные услуги, т.е. управ-

ление недвижимостью, вывоз и захоронение отходов, содержание территории.

Наиболее важным этапом в организации системы энергоменеджмента, помимо кадрового обеспечения, является формирование энергетической политики предприятия ЖКХ. Энергетическая политика – это не разовый директивный документ, а система мониторинга энергетической ситуации, прогноза возможных экономических, ресурсных и спросовых тенденций, а главное, это формирование и непрерывное совершенствование организационных, экономических и правовых механизмов, обеспечивающих надежное энергоснабжение и рациональное использование ТЭР.

Первое, что должно быть сделано на предприятии, это назначение ответственного лица за энергосбережение и повышение энергетической эффективности деятельности организации. Ответственный за энергосбережение должен пройти обучение в соответствующих учебных центрах. Ответственное лицо за энергосбережение должно инициировать проведение энергетического обследования (второй шаг). В соответствии с требованиями Федерального закона № 261-ФЗ от 23.11.2009 «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее Закон 261-ФЗ) все предприятия, осуществляющие регулируемые виды деятельности, обязаны в срок до 31.12.2012 провести первое энергетическое обследование.

Третий шаг – это разработка программы в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности предприятия, составленная на основании результатов энергетического обследования. Программа должна быть разработана в соответствии с требованиями ст. 25 Закона 261-ФЗ и требованиями, утвержденными Региональной энергетической комиссией и (или) органами местного самоуправления. Финансирование реализации мероприятий программы подлежит в том числе и за счет составляющих в тарифах на услуги, предоставляемые организациями. Законом 261-ФЗ предписано разработать программу энергосбережения предприятием, осуществляющим регулируемые виды деятельности, в срок до 15.05.2010 и ст. 37 предусмотрена административная ответственность за неисполнение указанного требования.

Следующий, четвертый шаг является главным по организации энергоменеджмента на предприятии ЖКХ. Издается приказ, который должен содержать: цели, задачи, ответственных за энергосбережение на всех объектах и подразделениях предприятия.

Приложением к приказу должны являться:

– план организационно-технических мероприятий по энергосбережению, выполненный во исполнение программы энергосбережения

и повышения энергетической эффективности предприятия (см. шаг третий), с указанием ответственных, сроков исполнения, источников финансирования мероприятий, экономического эффекта и срока окупаемости,

- целевые показатели энергосбережения по объектам и подразделениям,

- схема мониторинга выполнения приказа и контроля (ежемесячная, ежеквартальная, ежегодная),

- система материального стимулирования. Которая должна стимулировать внедрение энергосберегающих мероприятий работниками предприятия.

При разработке программ энергосбережения и повышения энергоэффективности предприятия ЖКХ могут воспользоваться примерным перечнем мероприятий в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности, утвержденным Приказом Минэнерго Российской Федерации № 61 от 17.02.2010 г.

1. Организационные мероприятия по энергосбережению и повышению энергетической эффективности систем коммунальной инфраструктуры:

- а) проведение добровольного энергетического аудита;

- б) анализ предоставления качества услуг электро-, тепло-, газо- и водоснабжения;

- в) анализ договоров электро-, тепло-, газо- и водоснабжения жилых многоквартирных домов на предмет выявления положений договоров, препятствующих реализации мер по повышению энергетической эффективности;

- г) оценка аварийности и потерь в тепловых, электрических и водопроводных сетях;

- д) оптимизация количества котельных и их установленной мощности с учетом местных условий и видов топлива, переход на когенерацию электрической и тепловой энергии.

2. Технические и технологические мероприятия по энергосбережению и повышению энергетической эффективности систем коммунальной инфраструктуры:

- а) разработка техникоэкономических обоснований на внедрение энергосберегающих технологий в целях привлечения внебюджетного финансирования;

- б) разработка нормативов потерь тепловой энергии;

- в) применение типовых технических решений по использованию возобновляемых источников низкопотенциального тепла в системах теплоснабжения, а также для холодоснабжения (тригенерация);

г) использование установок совместной выработки тепловой и электрической энергии на базе газотурбинных установок с котлом-утилизатором, газотурбинных установок, газопоршневых установок, турбодетандерных установок;

д) вывод из эксплуатации муниципальных котельных, выработавших ресурс, или имеющих избыточные мощности;

е) модернизация котельных с использованием энергоэффективного оборудования с высоким коэффициентом полезного действия;

ж) строительство котельных с использованием энергоэффективных технологий с высоким коэффициентом полезного действия;

з) внедрение систем автоматизации работы и загрузки котлов, общекотельного и вспомогательного оборудования, автоматизация отпуска тепловой энергии потребителям;

и) снижение энергопотребления на собственные нужды котельных;

к) строительство тепловых сетей с использованием энергоэффективных технологий;

л) замена тепловых сетей с использованием энергоэффективного оборудования, применение эффективных технологий по тепловой изоляции вновь строящихся тепловых сетей при восстановлении разрушенной тепловой изоляции;

м) использование телекоммуникационных систем централизованного технологического управления системами теплоснабжения;

н) установка регулируемого привода в системах водоснабжения и водоотведения;

о) внедрение частотно-регулируемого привода электродвигателей тягодутьевых машин и насосного оборудования, работающего с переменной нагрузкой;

п) распределение тепловой нагрузки в пользу энергоэффективных источников комбинированной выработки тепловой и электрической энергии;

р) мероприятия по сокращению потерь воды, внедрение систем оборотного водоснабжения;

с) проведение мероприятий по повышению энергетической эффективности объектов наружного освещения и рекламы, в том числе направленных на замену светильников уличного освещения на энергоэффективные; замену изолированных проводов на самонесущие изолированные провода, кабельные линии; установку светодиодных ламп;

т) мероприятия по сокращению объемов электрической энергии, используемой при передаче (транспортировке) воды;

у) мероприятия по выявлению бесхозных объектов недвижимого имущества, используемых для передачи энергетических ресурсов (включая газоснабжение, тепло- и электроснабжение), организации постановки в установленном порядке таких объектов на учет в качестве бесхозных объектов недвижимого имущества и затем признанию права муниципальной собственности на такие бесхозные объекты недвижимого имущества;

ф) мероприятия по организации управления бесхозными объектами недвижимого имущества, используемыми для передачи энергетических ресурсов, с момента выявления таких объектов, в том числе определению источника компенсации возникающих при их эксплуатации нормативных потерь энергетических ресурсов (включая тепловую энергию, электрическую энергию), в частности за счет включения расходов на компенсацию данных потерь в тариф организации, управляющей такими объектами.

Список используемой литературы

1. Федеральный закон от 23.11.2009 № 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

2. Постановление Правительства Российской Федерации от 27.12.2004 № 854 «Об утверждении правил оперативно-диспетчерского управления в электроэнергетике».

3. ETSU and Cheriton Technology Management Limited (1993) Investment Appraisal for Industrial Energy Efficiency, Guide 69, ETSU, Harwell, Oxfordshire OX11 0RA. (Инвестиционная оценка промышленной энергоэффективности).

4. Гашо, Е.Г. Комплексный подход и логистика территориально-энергохозяйства: единство технических, организационно-экономических и информационных решений : сб. докладов открытого семинара «Экономические проблемы энергетического комплекса» / Е.Г. Гашо, А.В. Коваль, М.И. Постельник. – М. : Ин-т народно-хозяйственного прогнозирования РАН, 2004.

5. Злобин, А.А. Потенциал энергосбережения и его реализация / А.А. Злобин, В.Н. Курятов, Г.А. Романов // Энергонадзор и энергоэффективность. – 2003. – № 3. – С. 76 – 81.

6. Кара-Мурза, С.Г. Царь-холод, или почему вымерзает Россия / С.Г. Кара-Мурза, С.Г. Телегин. – М. : Алгоритм, 2003. – 272 с.

7. Савин, К.Н. Формирование и развитие регионального кластера жизнеобеспечения : монография / К.Н. Савин. – М. : Экономика, 2009. – 220 с.

ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ТЕХНОЛОГИИ ОЦЕНКИ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ (УСЛУГ) ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ

**Сюй Юй Лун, аспирант кафедры
«Экономический анализ и качество»**

*Статья подготовлена под научным руководством канд. экон. наук,
доцента кафедры «Экономический анализ и качество»
А.Ю. Сизикина*

Основным субъектом управления качеством товара на стадии эксплуатации (использования) является непосредственно потребитель. Изготовители, продавцы, сервисные организации помогают ему в грамотном использовании товара и тем самым укрепляют имидж фирмы и товара.

Сбытовые и сервисные факторы как услуги тесно корреспондируют между собой, так как преследуют одни и те же цели: обеспечение надлежащего качества товаров; доступность товара для потребителя по цене и другим параметрам; обеспечение рационального ассортимента, т.е. ассортимента, соответствующего спросу различных категории покупателей по разным параметрам (табл. 1) [1].

Так, из табл. 1 видно, что сбытовые и сервисные факторы первой группы влияют на конкурентоспособность товаров через качество. В частности, сбытовые услуги 1.1 и сервисные услуги 1.1 и 1.2 обеспечивают компетентность выбора товара, а значит, формируют уровень качества товаров.

1. Влияние сбытовых и сервисных факторов на качество и конкурентоспособность товаров и услуг

№	Факторы сбытовые	Факторы сервисные	Характеристика конкурентоспособности
1	1.1. Рекламное обеспечение. 1.2. Транспортабельность товара	1.1. Демонстрация сложнотехнического товара и дегустация пищевых продуктов. 1.2. Подбор товара, исходя из индивидуальных особенностей потребителя. 1.3. Техническое обслуживание	Качество товара

№	Факторы сбытовые	Факторы сервисные	Характеристики конкурентоспособности
2	2.1. Условия оплаты. 2.2. Создание дилерской сети. 2.3. Транспортабельность товара	2.1. Условия приобретения и форма оплаты. 2.2. Возможность доставки и монтажа товара. 2.3. Регулирование гарантийных сроков технического обслуживания 2.4. Транспортабельность	Доступность товара
3	3.1. Увязка с ассортиментом выпускаемой продукции		Ассортимент товаров

Сбытовая услуга 1.2. определяет приспособленность товара к транспортированию в части сохранения потребительских свойств при операциях перемещения товара (разгрузка, погрузка, хранение и собственно транспортирование), а значит, влияет на сохранение качества и категорию качества товара (в частности, сорт плодоовощной продукции), предложенного к продаже. Возможность и качество технического обслуживания (сервисная услуга 1.3) определяет стабильность уровня качества в части надежности в эксплуатации. Сбытовая услуга 2.1 определяет доступность товара для магазина в части формирования разнообразного ассортимента. Сбытовые услуги 2.2, 2.3, сервисные услуги 2.1, 2.2, 2.3 определяют доступность товара по продажной цене, эксплуатационным и трудовым затратам, затратам времени на проезд к магазину. Транспортабельность как приспособленность продукции к транспортированию (в части материальных и трудовых затрат) определяет доступность товара как для рядового потребителя, так и для магазина. Сбытовые факторы третьей группы определяют рациональность ассортимента, в частности, его стабильность, а значит конкурентоспособность услуги розничной торговли.

Важным критерием, характеризующим возможности фирмы существовать в условиях рынка это конкурентоспособность с позиции качества.

Качество продукции и цена потребления – важные и главные, но не единственные факторы конкуренции: недостаточно ограничиваться оценкой уровня конкурентоспособности товара до выхода на рынок;

следует относиться к формированию ситуации на рынке активно, приобретать большой имидж, влиять на состояние между спросом и предложением (кредитование покупателей, развитие бытовой сети, рекламной деятельности и т.п.). Вместе с тем обращаем внимание, что, качество продукции является главным конкурентообразующим фактором [2].

Достижение одновременного улучшения качества и цены потребления продажной цены и цены потребления (продажной цены и затрат потребителя) возможно в условиях организации системы управления известной как «всеобщее руководство качеством».

Регулирующая роль рынка, как известно, чрезвычайно жесткая: предприятия, которые не уделяют должного внимания качеству товара, рынок уничтожает. Разрушаются целые отрасли, не выдерживая конкуренции с западными и восточными фирмами, несмотря на протекционистскую таможенную политику государств.

Качество, как стратегия реформ, должно стоять выше приватизации, выше стабилизации прибыльности (доходности), выше инвестиций, и структурной перестройки. Причем очень важно понять, что качество не требует больших инвестиций, более того, инвестиции без гарантий качества – потерянные деньги.

Инвестиции в качество должны быть направлены, прежде всего, на людей. Изменение взглядов, принципов, получение новых знаний – самая главная сегодня задача. Закупка современных технологий, модернизация производства оправдана только тогда, когда в результате будет выпускаться качественная конкурентоспособная продукция.

Являясь важным инструментом в борьбе за рынки сбыта, качество обеспечивает конкурентоспособность товара. Оно складывается из технического уровня продукции и полезности товара для потребителя через функциональные, социальные, эстетические, эргономические, экологические свойства. При этом конкурентоспособность определяется совокупностью качественных и стоимостных особенностей товара, которые могут удовлетворить потребности потребителя, а также расходами на приобретение и потребление соответствующего товара. Следует учитывать, что среди продукции аналогичного назначения большей конкурентоспособностью обладает та, которая обеспечивает наивысший полезный эффект по отношению к суммарным затратам потребителя. Безусловно, повышение качества сопряжено с затратами, однако они окупаются благодаря полученной прибыли. Занятие лидирующего положения на рынке невозможно без разработки и освоения новых товаров (модифицированных, улучшенных) [3].

В современных рыночных условиях повышение качества и конкурентоспособности продукции становятся жизненно важными для предприятия. Международная практика и передовой общественный

опыт убедительно показывают, что прогресс в области качества непосредственно связан с созданием на предприятиях эффективных систем управления качеством. Наиболее полно международный опыт управления качеством сконцентрирован в стандартах ИСО серии 9000 (ISO 9000) [4].

Что же дает предприятию внедрение системы качества?

1. Способствует успешной реализации продукции:
 - повышает качество и конкурентоспособность;
 - расширяет рыночные возможности;
 - улучшает имидж фирмы в глазах общественности.
2. Повышает культуру менеджмента, улучшает:
 - определение последовательности в достижении целей;
 - взаимодействие персонала;
 - мотивацию персонала;
 - использование времени и ресурсов.
3. Экономит затраты на производство и применение продукции:
 - снижает потери от брака;
 - уменьшает количество ошибок, переделок.

Как показывает практика, цены на продукцию сертифицированных компаний иногда превышают на 50% цены конкурентов. Это является той наградой, которую получают предприятия, инвестировавшие средства (как правило, достаточно крупные) в построение управления по требованиям ISO 9000. Сегодня данный стандарт начинает оказывать самое непосредственное влияние и на отечественный бизнес. Многие российские предприятия столкнулись с ситуацией, когда без ISO на внешнем рынке не покупают российскую продукцию вообще, или цена на нее на порядок ниже, чем на аналогичные товары западных компаний.

Список используемой литературы

1. Багатутдинова, Н.Г. Промышленный маркетинг : учебное пособие / Н.Г. Багатутдинова, Д.С. Новиков, В.А. Саламашкин ; Мин-во образ. РФ, Каз. гос. техн. ун-т, каф. пром. коммерции и маркетинга. – М. : Экономика, 2004. – С. 102 – 109.
2. Блюм, М.А. Маркетинг рекламы : учебное пособие / М.А. Блюм, Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова. – М. : ФОРУМ, 2009. – 144 с.
3. Герасимов, Б.И. Маркетинговые исследования рынка : учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.Н. Мозгов. – М. : ФОРУМ, 2009. – 336 с.
4. Герасимов, Б.И. История и философия качества учета и финансово-кредитной деятельности : учебное пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Дробышева, А.Ю. Сизикин, Е.В. Нижегородов ; под ред. проф. Б.И. Герасимова. – М. : ФОРУМ, 2011. – 288 с.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРИНЦИПОВ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

**Терехова Г.И., канд. экон. наук, доцент кафедры
«Экономический анализ и качество»;
Черемисина Е., группы 3-го курса
специальности «Маркетинг»**

Система менеджмента качества (СМК) призвана обеспечивать качество продукции или услуг предприятия и «настраивать» это качество на ожидания потребителей. При этом ее главная задача – не контролировать каждую единицу продукции, а сделать так, чтобы не было ошибок в работе, которые могли бы привести к появлению брака (плохому качеству продукции или услуг).

Отдел маркетинга, который занимается организацией работы с реальными потенциальными клиентами, т.е. с потребителями, прогнозированием ситуации на рынке и многим другим, становится для многих предприятий и организаций одним из важнейших условий успешного существования и гордого реяния с высоко поднятой головой по просторам коммерческой деятельности. В свою очередь, системы менеджмента качества (СМК) создаются для успешного взаимодействия с потребителями, для удовлетворения и выполнения их требований. Значит, эти направления менеджмента имеют общие цели, и руководитель, понимающий это, может проложить своей организации дорогу в процветающее будущее.

Проследим связи маркетинга и СМК. С чего начинается жизненный цикл продукции? С маркетинговых исследований. Именно маркетологи дают «ресурсы» для формирования баз знаний для разработчиков новой продукции и высшего менеджмента.

Если посмотреть на современную сложившуюся ситуацию в России, то можно заметить, что отечественные специалисты по менеджменту качества в большинстве случаев слабо владеют инструментами маркетинга, в свою очередь, маркетологи тоже не обращают внимание на менеджмент качества, считая его бесполезным для их деятельности. Отчасти в сложившейся ситуации виноваты стандарты ИСО, которые не акцентируют внимание на данном вопросе.

При анализе сравнения принципов менеджмента качества и маркетинга, можно выделить общее, характерное для положений этих направлений.

1. Лидерство.
2. Ориентация на потребителя.
3. Мотивированное вовлечение персонала.

4. Постоянное улучшение.
5. Принятие решений, основанных на фактах.
6. Добавленная ценность, получаемая при сотрудничестве.

Оба направления менеджмента не только имеют общие принципы, но и при их объединении, они могут дать друг другу расширенные возможности.

Маркетинг концентрирует свое внимание на потребителях, «знает о них все», что существенно может помочь менеджменту качества. Хотя в маркетинге отсутствует процессный подход к своей деятельности, и, как следствие, системного подхода тоже не имеется, тем не менее, в системе взаимосвязанных процессов СМК отдел маркетинга должен, по мнению Качалова В.А «занимать место лидера в формировании стратегии развития организации, поскольку это самый информированный отдел о внешних и внутренних факторах, действующих на рынке». В своей статье [2], он в частности, указывает на то, что «отдел маркетинга должен стать лидером в СМК» и предложил схематичное представление системы менеджмента организации как семь основных взаимодействующих между собой областей деятельности (рис. 1)

Отдел маркетинга в СМК должен осуществлять следующие процессы: маркетинг, анализ контракта, связь с потребителями. Для каждого из них необходимо установить цели в области качества. Они должны быть достижимы и измеримы.

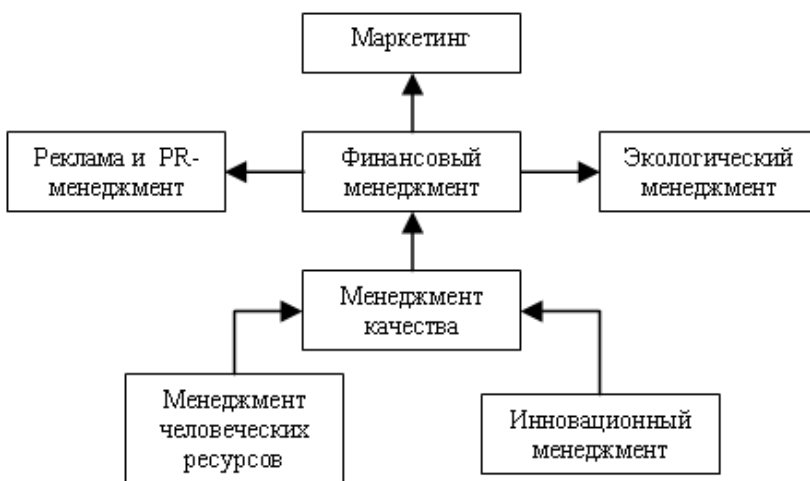


Рис. 1. Семь основных направлений менеджмента организации

Процесс «маркетинг» служит для разработки и реализации маркетинговой стратегии развития производства. Реализация этого процесса целесообразна по следующим этапам.

1. Оценка возможности реализации по производству существующих видов товаров.

2. Изучение рынка, определение максимального числа потенциальных заказчиков по каждому виду продукции.

3. На основе полученных данных – принятие решений о соотношении комбинаций выпуска различных видов продукции, т.е. формирование стратегии развития организации на определенный период, например год.

4. Реализация сформированной стратегии с использованием инструментов маркетинга. Выявление из множества потенциальных заказчиков реальных и заключение с ними контрактов.

Вышесказанное является неоспоримым доказательством того, что маркетинг и менеджмент качества идет «рука об руку» друг с другом, особенно в вопросах, связанных с удовлетворенностью потребителей.

Современные концепции маркетинга могут быть выражены формулой: «от массового маркетинга к маркетингу взаимоотношений».

В стандартах системы менеджмента качества ИСО 9000:2000 эта тенденция нашла отражения в принципе «Ориентации (или нацеленности) на потребителя: организации зависят от своих потребителей, поэтому должны понимать настоящие и будущие потребности потребителя, выполнять его требования и стремиться превзойти ожидания» (т.е. современное понимание «качества» является не столько технической, сколько маркетинговой характеристикой товара).

Компания должна оправдать его ожидания и добиться его удовлетворенности, под которой подразумевается восприятие потребителями степени выполнения их требований.

Заинтересованные стороны (к которым кроме потребителей относятся собственники, партнеры, государство и общество в целом) играют существенную роль в предоставлении организации входных данных для определения номенклатуры и свойств своей продукции и услуг. Наблюдение за удовлетворенностью заинтересованных сторон требует оценки информации, касающейся восприятия заинтересованными сторонами степени выполнения их потребностей и ожиданий.

Таким образом, ключевыми функциями маркетинга, которые должны быть поставлены в организации в ходе реализации проекта, становятся: «Идентификация потребностей потребителя; формирование продукта, отвечающего этим потребностям, взаимодействие с потребителями и мониторинг удовлетворения потребностей».

Одним из важных принципов СМК является – ориентация на потребителя.

Для реализации этого принципа разработаны процессы и соответствующие документированные процедуры: «Маркетинг и реклама», «Сопровождение продукции», «Измерение удовлетворенности потребителей». Эти процессы постоянно обеспечивают руководство информацией о требованиях, ожиданиях и удовлетворенности потребителей продукцией компании [1]. На основе анализа данной информации руководство принимает оперативные решения, а также регулярно актуализирует политику и цели в области качества, которые затем доводятся до персонала.

А как можно добиться приверженности клиентов? На этот вопрос есть два не противоречащих друг другу ответа. Первый – не ограничиваться простым удовлетворением формальных требований клиента, зафиксированных в договоре, технических условиях или иных документах, а пытаться предугадать невысказанные желания клиентов и постараться удовлетворить их. Может быть, искреннее стремление к этому даже важнее самого результата.

Второй ответ – подходить к каждому потенциальному клиенту индивидуально, ведет к таким далеко идущим последствиям, как отказ от принципов массового производства. Речь идет не об уменьшении объемов производства. Скорее, наоборот, об их увеличении благодаря расширению спроса при индивидуальном подходе

Еще одним следствием ориентации на потребителя оказывается глобализация рынков. Глобализация легко проходит сквозь государственные границы и в будущем грозит изменить роль государства. Но дело не только в этом. Глобализация резко усиливает конкуренцию. Усиление конкуренции ведет к агломерации предприятий и организаций в пестрые рыхлые структуры. Таким структурам не «сподручно» конкурировать на жестких рынках. Поэтому естественно ожидать развития двух процессов. С одной стороны, эти конгломераты будут вынуждены искать новые методы организации и управления. С другой стороны, рост корпораций приведет к ослаблению конкуренции за счет монополизации рынков. Э. Деминг предсказывал появление структур, резко снижающих накал конкурентной борьбы, что нас ожидает жизнь под лозунгами: «Потребитель – король», «Потребитель – главное действующее лицо в нашем бизнесе», «Нет потребителя, – нет и нас». Эффективной реализации этих лозунгов способствует создание на предприятии системы менеджмента качества.

Одна из основных целей создания СМК – обеспечение большей прозрачности и управляемости процессов компании. Интеграция про-

цессов в одну систему и централизованное планирование развития СМК обеспечиваются процессами: «Внутренние аудиты СМК», «Измерение и мониторинг процессов», а также процессами группы «Ответственность руководства».

Постоянное улучшение качества продукции, это с одной стороны, одна из целей маркетинга, а с другой стороны, это принцип СМК.

Информация о несоответствиях, уведомлениях, проблемах, областях потенциальных улучшений, а также рекомендации по корректирующим и предупреждающим действиям появляется в виде итоговых отчетов на выходе процессов «Внутренние аудиты СМК», «Измерение и мониторинг процессов» и «Измерение удовлетворенности потребителей».

Стабильное и предсказуемое развитие компании невозможно без установления долговременных и взаимовыгодных отношений с поставщиками на основе партнерства. Процесс установления партнерских отношений включает следующие компоненты: анализ поставщиков, выполняемый регулярно в рамках процесса – «Менеджмент ресурсов».

Принятие управленческих решений с учетом интересов поставщика позволяет сбалансировать краткосрочные достижения и долгосрочные планы компании.

Для потребителей и партнеров наличие на предприятии эффективной системы менеджмента качества создает уверенность в том, что они приобретут продукцию (услугу) того качества, которое заранее было оговорено, в установленные сроки и в необходимом объеме.

Список используемой литературы

1. Егорова, Л.Г. Еще раз о «процессном подходе» / Л.Г. Егорова // Сертификация. – 2001. – № 3.
2. Качалов, В.А. «Июминки» систем качества предприятий России и ближнего зарубежья по ИСО 9001:1994 / В.А. Качалов // Стандарты и качество. – 2001. – № 5.

ПРИМЕНЕНИЕ СУР-АНАЛИЗА В ФОРМИРОВАНИИ АНТИКРИЗИСНОЙ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Терехова Ю.О., ассистентка кафедры
«Экономический анализ и качество»,
Леднев А., студент 1-го курса направления «Сервис»**

В прогнозировании (планировании) ассортимента можно использовать два метода: индуктивный и дедуктивный. Первый метод пред-

полагает составление прогноза ассортимента выпускаемой продукции как сумма объемов производства по отдельным товарным группам. Основой таких расчетов являются материалы маркетинговых исследований, анализа ассортимента за предыдущие периоды, данные о перспективах развития других секторов экономики, изменений в численности населения, покупательском спросе, перспективы развития торговой сети региона вообще и собственной сети в частности.

Дедуктивный подход в планировании ассортимента заключается в том, что сначала определяется общая величина продаж на прогнозируемый период в стоимостном выражении. Затем, рассчитывается точка безубыточности, которая сопоставляется с прогнозной величиной продаж. Если план продаж больше безубыточного объема реализации, то при прочих равных условиях, его следует принять за основу. Данный подход в прогнозировании ассортимента основан на применении CVР-анализа и особенно востребован в кризисной экономике.

Следует отметить, что существуют некоторые различия между стоимостным и количественным подходами к определению безубыточного объема продаж. Во-первых, при стоимостном подходе объем реализации определяется не количеством реализованных единиц товара, а выручкой. Во-вторых, переменные издержки на единицу товара выражается как часть цены. Параметр « $D_{\text{пер.изд}}$ » как отношение переменных издержек к выручке может быть рассчитан путем деления совокупных переменных издержек на выручку или делением средних переменных издержек на цену.

Чтобы определить, какой объем продаж должен быть у предприятия при безубыточной работе в прогнозируемом периоде, используют формулу:

$$T = (I_{\text{пост.}} + 0) / (1 - D_{\text{пер.изд}}),$$

где T – товарооборот в стоимостном выражении; $I_{\text{пост.}}$ – издержки обращения постоянные; за «0» принимается прибыль.

Для того, чтобы определить объем продаж в прогнозируемом периоде, при запланированной величине прибыли, используют формулу:

$$T = (P_p + I_{\text{пост.}}) / (1 - D_{\text{пер.изд}}),$$

где P_p – прибыль; $D_{\text{пер.изд}}$ – доля переменных издержек в цене; $I_{\text{пост.}}$ – издержки постоянные на весь объем продукции.

По мнению большинства европейских специалистов, анализ безубыточности является одним из эффективных инструментов подготовки управленческих решений в области формирования ассортимента. Однако область практического применения анализа безубыточности существенно ограничена из-за наличия ряда допущений в методике

анализа. Одним из основных является допущение об однопродуктивности, или постоянстве структуры выпускаемой продукции [1].

На практике производство с постоянным ассортиментом продукции встречается столь же редко, как и однопродуктивное производство. Большинство промышленных предприятий выпускает широкий ассортимент продукции с подвижной структурой, что необходимо учитывать в анализе безубыточности для принятия управленческих решений на срок более одного планового периода. Таким образом, возникает потребность дальнейшего развития методики анализа безубыточности в направлении учета ассортиментных сдвигов в структуре выпускаемой продукции.

Для расчета точки нулевой прибыли (ТНП) с учетом структуры выпускаемой продукции В.Б.Ивашкевичем была предложена формула:

$$S_0 = \frac{z_{\text{const}}}{\sum_{i=1}^n \left(1 - \frac{c_i}{p_i} s_i \right)},$$

где z_{const} – постоянные затраты, р.; S_0 – значение ТНП в стоимостном выражении; s_i – доля i -го вида продукции в общем выпуске, взятом в стоимостном выражении; p_i – цена i -го вида продукции, р.; c_i – удельные переменные затраты по i -му виду продукции, р.

Особенностью вышеприведенной формулы является то, что ТНП рассчитывается в стоимостном выражении.

Показатель ТНП, рассчитанный по этой формуле является универсальным и применим для любого производства. Однако в тех случаях, когда объем производства может быть измерен в физических единицах, предпочтительнее для выполнения анализа безубыточности пользоваться формулой расчета ТНП в натуральных единицах, так как ТНП в этом случае практически не зависит от ценового фактора.

Изменение ассортиментной структуры приводит к тому, что величина ТНП изменяется. Однако, изменяясь, ТНП остается в пределах некоторой области, которую естественно назвать областью риска, и весь интервал изменения объема производства (V) разбивается на три области (рис. 1):

1. $0 < V < \text{ТНП}_{\text{min}}$ – область безусловной убыточности предприятия независимо от его ассортиментной структуры;
2. $\text{ТНП}_{\text{min}} < V < \text{ТНП}_{\text{max}}$ – область риска, где финансовый результат существенно зависит от ассортиментной структуры выпускаемой продукции;

3. $TNP_{\min} < V < V_{\text{пр}}$, – область безусловной прибыльности предприятия, где финансовый результат положителен независимо от ассортиментной структуры выпускаемой продукции.

Нами в целях практической апробации приведенных рассуждений по точке нулевой прибыльности были сделаны расчеты для группы «Вафли» продукции ОАО «ТАКФ». Маржинальный доход на одну тонну вафель и доля их продаж мы взяли из Отчета по марже, составляемого финансовой службой фабрики:

$$V_0 = \frac{89\,029 \cdot 0,19}{146 \cdot 0,19} = 609,79 \text{ т.}$$

Фактически в этом периоде объем продаж вафель составил 572 т. Это значит, что в натуральном выражении было выпущено вафель меньше того объема, который называется «безубыточный». Иначе говоря, выпуск вафель в натуральном выражении в 2009 г. находился в зоне «убыточности».

Объем производства вафель в стоимостном выражении при нулевой прибыли составил за этот период:

$$S_0 = \frac{89\,029 \cdot 0,19}{16,29} = 1038,40 \text{ тыс. р.}$$

Фактически объем выпуска вафель за 2009 г. равен 1964,9 тыс. р. Таким образом, точка безубыточности в стоимостном выражении оказалась в зоне прибыльности. Полученные расхождения объясняются, по нашему мнению, следующими обстоятельствами: доля переменных затрат в цене вафель составляют в среднем 70 – 80%. Оставшиеся 20 – 30% приходятся на постоянные затраты и прибыль. Доля постоянных затрат в цене находится на уровне 14,87%, значит, уровень прибыли от продаж по вафлям составляет в среднем 12–13%. Фактически, уровень прибыли по вафлям составляет в среднем 30%. Таким образом, за счет увеличения цены, путем включения в нее большей величины удельной прибыли, фирма подтягивает объем продаж по вафлям из зоны убыточности в зону прибыли. Получается, за счет увеличения цены, точка безубыточности в стоимостном выражении сдвигается влево.

Подобный анализ, по нашему мнению, целесообразно проводить не только по товарным группам, но и внутри них.

Список используемой литературы

1. Волкова, Л. Конкуренция и колесо рыночных изменений / Л. Волкова // Практический маркетинг. – 2005. – № 6.

КЛАССИФИКАЦИЯ АУТСОРСИНГА В РАМКАХ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ОРГАНИЗАЦИИ

Толстошеина В.А., ассистент кафедры
«Экономический анализ и качество»

*Статья подготовлена под научным руководством д-ра экон. наук,
зав. кафедрой «Экономический анализ и качество»
Н.В. Злобиной*

В условиях современной экономики качество производимой продукции и предоставляемых услуг является основной составляющей конкурентоспособной организации. В борьбе за покупателя побеждает тот, кто готов удовлетворить все потребности заказчиков. Для этого многие участники рынка разрабатывают, а затем и сертифицируют систему менеджмента качества (СМК) на соответствие стандарту ГОСТ Р ИСО 9001–2008.

Сегодня ежедневный производственный цикл состоит из десятков процессов. В условиях жесткой конкуренции выполнять качественно все процессы становится все труднее. Поэтому организации выбирают аутсорсинг, как эффективный способ оптимизации работы, за счет сосредоточения усилий на основном виде деятельности и передаче непрофильных процессов внешним, специализированным компаниям. Для этого очень важно, чтобы в организации функционировала СМК, и был реализован процессный подход. Он способствует выбору из сети процессов именно того, передача в аутсорсинг которого позволит улучшить деятельность организации в целом и повысить результативность СМК в частности.

Ввиду перспективности внедрения аутсорсинга и его широкого применения в СМК организации разработана (на основе анализа источников [1 – 3]) классификация аутсорсинга в рамках действующей СМК, представленная в табл. 1, учитывающая следующие признаки: основные группы процессов СМК; типы процессов; оценку результативности СМК; объем передаваемого процесса; результат аутсорсинга.

Основные группы процессов СМК выбраны в соответствии с разделами стандарта ГОСТ Р ИСО 9001–2008.

Передача в аутсорсинг процессов управления документацией (раздел 4.2 [1]), может включать в себя:

- разработку документов, включая записи, необходимые для осуществления процессов и управления ими (п. 4.2.1 г);
- управление соответствующей документацией (п. 4.2.3);
- управление соответствующими записями (п. 4.2.4).

1. Классификация аутсорсинга в рамках действующей СМК организации

Классификационный признак	Вид
По основным группам процессов СМК	Процессы управления документацией
	Процессы менеджмента ресурсов
	Процессы жизненного цикла продукции
	Процессы измерения, анализа, улучшения
По типу процессов	Управляющие процессы
	Обеспечивающие процессы
	Производственные процессы
	Измерительные процессы
По оценке результативности СМК	Предупреждающий
	Корректирующий
По объему передаваемого процесса	Полный
	Частичный
По результату аутсорсинга	Конечный
	Промежуточный

Процессы, связанные с реализацией требований раздела 5 «Ответственность руководства» ГОСТ Р ИСО 9001–2008 не могут быть переданы в аутсорсинг, так как являются стратегически важными для организации и определяют ее развитие на основе поставленных целей и задач в области качества и разработки соответствующих способов их достижений.

Передача в аутсорсинг процессов менеджмента ресурсов (раздел 6 [1]), может включать в себя:

- обеспечение требуемой компетентности исполнителей работ (п. 6.2.1);
- подготовку персонала (п. 6.2.2.б);
- обеспечение работоспособности инфраструктуры (п. 6.3);
- поддержание соответствия производственной среды установленным требованиям (п. 6.4).

Передача в аутсорсинг процессов жизненного цикла продукции (раздел 7 [1]), может включать в себя:

- разработку процессов (технологии) изготовления продукции (п. 7.1);
- маркетинговую деятельность: изучение рынка, выявление потребностей рынка, требований отдельных потребителей (п. 7.2.1);
- проектирование и разработку продукции (п. 7.3);
- верификацию закупленной продукции (п. 7.4.3);
- управление производством и обслуживанием (п. 7.5.1);
- выполнение установленных работ по идентификации и прослеживаемости (п. 7.5.3);
- управление собственностью потребителя (п. 7.5.4);
- сохранение продукции (п. 7.5.5);
- поверку/калибровку средств измерений (п. 7.6).

Передача в аутсорсинг процессов измерения, анализа, улучшения (раздел 8 [1]), может включать в себя:

- проведение внутренних аудитов, проверок (п. 8.2.2);
- проведение мониторинга и измерений процессов (п. 8.2.3);
- проведение мониторинга и измерений продукции (п. 8.2.4);
- управление несоответствующей продукцией (п. 8.3);
- сбор и представление информации о соответствии продукции установленным требованиям, о характеристиках и тенденциях процессов и продукции, включая возможности проведения предупреждающих действий (п. 8.4);
- участие в реализации корректирующих и предупреждающих действий (п. 8.5.2 г, 8.5.3 в).

К основным типам аутсорсинговых процессов СМК относятся:

- управляющие (процессы п. 4.2);
- обеспечивающие (процессы п. 6, п. 7.6);
- производственные (процессы п. 7.1-п. 7.3, п. 7.5);
- измерительные (процессы п. 7.4.3, п. 8).

Одним из этапов внедрения аутсорсинга является оценка результативности СМК. Таким образом, на ее основе можно судить был ли аутсорсинг направлен на предупреждение возникновения проблем (предупреждающий) или на устранение уже наступивших (корректирующий).

В зависимости от объема передаваемого процесса можно выделить полный и частичный аутсорсинг. Полный аутсорсинг предполагает передачу аутсорсеру всех функций, составляющих определенный процесс организации-заказчика. Частичный аутсорсинг (ауттаскинг) предусматривает выполнение аутсорсером лишь части процесса заказчика, при этом сохраняется самостоятельное выполнение некоторых

задач, что обеспечивает большую степень контроля за выполнением заказа.

В зависимости от результата: аутсорсинг может быть конечным, если организация-заказчик использует конечный результат работы аутсорсера и промежуточным – если результат работы дорабатывается заказчиком.

Таким образом, предложенная классификация позволяет, изначально определив цель и задачи внедрения аутсорсинга, а также потенциал организации, выбрать оптимальный вариант аутсорсинговых процессов.

СПОСОБЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

**Трофимов А.В., 2 курс,
направление «Менеджмент»**

*Статья подготовлена под научным руководством канд. экон. наук,
доцента кафедры «Экономический анализ и качество»
Е.В. Нижегородова*

Сегодня ученые выделяют три основных подхода к измерению качества жизни: объективный, субъективный и интегральный [1, с. 68; 2, с. 5; 3, с. 82].

1. Объективный подход.

Объективный подход является наиболее распространенным. При таком подходе качество жизни определяют через параметры объективных условий и процессов жизнедеятельности. Однако сегодня пока еще нет нормативно установленной номенклатуры показателей качества жизни и критериев их оценки как на уровне Российской Федерации, так и на уровне субъектов [1, с. 67; 4]. В настоящее время разработку такой номенклатуры показателей ведет Всероссийский научно-исследовательский институт технической эстетики [5].

Для определения значений показателя качества жизни используются в основном инструментальный, расчетный, статистический и экспертный методы. Иногда применяют комбинированный метод, использующий несколько вышеуказанных методов.

Оценка качества жизни при объективном подходе подразумевает построение интегрального показателя. Специалисты считают, что при построении интегрального индикатора качества жизни на результирующее абсолютное значение индикатора будут влиять три основных фактора: выбор базы для сопоставления; выборка отчетных статистических показателей, на базе которых должен быть сформирован интегральный индикатор качества жизни; выбор способа интеграции от-

дельных частных характеристик в сводную характеристику качества жизни (вид модели, ее постоянные параметры).

2. Субъективный подход.

Субъективный подход предполагает, что истинное значение качества жизни отражено в субъективных оценках. Такой подход подразумевает определение качества жизни на основе социологических опросов [2, с. 8].

Как подчеркивают Е.А. Неретина, Т.А. Салимова и М.Ш. Салимов несмотря на то, что субъективная сущность является важной составляющей качества жизни, учет субъективных индикаторов в большинстве современных методик отсутствует. Это объясняется, по их мнению, прежде всего сложностью проведения необходимых социологических исследований и трудностями, возникающими при анализе полученной информации. Тем не менее использование субъективных индикаторов – необходимое условие получения достоверной картины качества жизни населения. В проведенном ими исследовании они предложили оценить степень удовлетворенности респондентов качеством жизни по следующим направлениям: здоровье, уровень доходов, семейное счастье, жилищные условия, уровень и качество образования, душевный комфорт, независимость и свобода, уважение окружающих, гарантии занятости, качество медицинского обслуживания, уверенность в будущем, защищенность от преступных посягательств, экологическая обстановка, мир и согласие в обществе, досуг и отдых, благоустроенность населенного пункта, власть, религиозные убеждения [6, с. 52].

Безъязычный В.Ф. предлагает определять удовлетворенность человека качеством жизни по следующим направлениям: удовлетворенность социальным положением, удовлетворенность системой безопасности региона, удовлетворенность состоянием здоровья, удовлетворенность трудом, удовлетворенность образованием, удовлетворенность кругом общения, удовлетворенность семейными отношениями [7, с. 14].

Среди западных специалистов одной из первых методик определений качества жизни с субъективной точки зрения была анкета разработанная Л.В. Портером [8], с помощью, которой можно было определить степень удовлетворенности потребностей выживания, социальных потребностей, эго-потребностей и потребностей в самореализации.

Исследования последних 20 лет, проведенные социологами США, раскрыли связь с качеством жизни личностного статуса и ценностей индивидов. В общем случае статусные индикаторы, имеющие отношение к качеству жизни, состоят в следующем [9, с. 101].

3. Интегральный подход.

Интегральный подход предполагает, что объективные и субъективные показатели необходимо рассматривать как равнозначные. При этом остается открытым вопрос о том, как вычислить интегральную оценку, т.е. построить индекс, который объединил бы в себе и объективную и субъективную оценки. Многие авторы придерживаются мнения о том, что из-за сложностей вычисления и математического обоснования такого индекса его не нужно строить совсем, следует ограничиться только согласованием этих двух типов оценок. Например, Н.С. Маликов предлагает оценивать качество жизни на основе трехуровневой системы, которая будет включать в себя оценку ИРЧП по методике ПРООН, оценку социального самочувствия и степень отклонения от социально-экономического стандарта. В свою очередь специалисты «Научно-исследовательской лаборатории по проблемам качества жизни населения» из г. Белгорода разработали подход к оценке качества жизни, включающий 4 группы показателей: показатели, характеризующие жизненные потребности людей; индикаторы, определяющие уровень реализации потребностей; показатели степени удовлетворенности людей и индикаторы, позволяющие определить параметры меры.

Список используемой литературы

1. Васильев, А.Л. Россия в XXI веке. Качество жизни и стандартизация / А.Л. Васильев. – М. : Стандарты и качество, 2003. – 440 с.
2. Косинский, П.Д. Управление качеством жизни населения региона: системный подход / П.Д. Косинский. – Красноярск : Красноярский гос. ун-т, 2004. – 212 с.
3. Гаврилова, Т.В. Принципы и методы исследования качества жизни населения / Т.В. Гаврилова // Технологии качества жизни. – 2004. – Т. 4. – № 2.
4. Ткачев, А.Н. Качество жизни населения как интегральный критерий оценки эффективности деятельности региональной администрации / А.Н.Ткачев, Е.В. Луценко. – URL : www.ej.kubagro.ru
5. Бабинцев, В.П. Региональная программа улучшения качества жизни населения: технологии разработки / В.П. Бабинцев, А.А. Гармашев // Технологии качества жизни. – 2003. – Т. 3. – № 1. – С. 5 – 11.
6. Неретина, Е.А. Объективные индикаторы качества жизни в регионе / Е.А. Неретина, Т.А. Салимова, М.Ш. Салимов // Стандарты и качество. – 2004. – № 11.
7. Безъязычный, В.Ф. Качество жизни : учебное пособие / В.Ф. Безъязычный, Е.В. Шилков. – Рыбинск : РГАТА, 2004. – 96 с.

8. Porter, L.W. A study of Percieved Need Satisfaction in Bottom and Middle Management Job // Journal of Applied Psychology. – 1961. – Vol. 45. – Pp. 1 – 10.

9. Нугаев, Р.М. Качество жизни в трудах социологов США / Р.М. Нугаев, М.А. Нугаев. – URL : <http://www.ecsocman.edu.ru/socis/msg/205340.html>

ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕССНОГО УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ В ОРГАНИЗАЦИИ

**Фетисова О.В., аспирант кафедры
«Экономический анализ и качество»**

*Статья подготовлена под научным руководством д-ра экон. наук,
зав. кафедрой «Экономический анализ и качество»*

Н.В. Злобиной

Одним из основных направлений создания эффективной системы управления предприятием является применение процессного подхода к организации и управлению деятельностью.

При структурном подходе организация и управление деятельностью осуществляются по структурным элементам (бюро, отделам, департаментам), а взаимодействие структурных элементов – через должностных лиц (начальников бюро, отделов, департаментов) и структурные подразделения более высокого уровня.

Недостатками структурного подхода к организации и управлению деятельностью предприятия являются следующие:

- разбиение технологий выполнения работы на отдельные, как правило, не связанные между собой фрагменты, которые выполняются различными структурными элементами организационной структуры;

- отсутствие цельного описания технологий выполнения работы, в лучшем случае существует только фрагментное (на уровне структурных элементов), и то не совсем актуальное документирование технологий;

- отсутствие ответственного за конечный результат и контроль над технологией в целом;

- отсутствие ориентации на внешнего клиента, а так же внутренних потребителей промежуточных результатов деятельности;

- высокие накладные расходы, как правило, непонятно откуда появляющиеся;

- неэффективность информационной поддержки, обусловленная наличием «лоскутной» автоматизации деятельности отдельных струк-

турных элементов и неудачными попытками внедрения на предприятиях информационных систем [3].

Несколько по-иному обстоит дело при процессном подходе. Этот подход ориентирован, в первую очередь, не на организационную структуру предприятия, а на бизнес-процессы, конечной целью выполнения которых является создание продуктов или услуг, представляющих ценность для внешних или внутренних потребителей.

Предприятие, или компания, – это бизнес-система, представляющая собой связанное множество бизнес-процессов, для которых конечной целью является выпуск продукции. Под продукцией понимается результат бизнеса, имеющий ценность для клиента, например, товары, услуги, информация, документы.

Целью внедрения на предприятии процессного управления является, во-первых, получение устойчивых конкурентных преимуществ в виде эффективной системы управления, обеспечивающей достижение стратегических целей, во-вторых, наличие результативной и рациональной технологии выполнения бизнес-процессов, а так же рост имиджа компании, повышение ее стоимости и инвестиционной привлекательности [5].

Под процессным подходом понимается ориентация деятельности компании на бизнес-процессы, системы управления – на управление бизнес-процессами, системы менеджмента качества – на обеспечение качества технологий выполнения бизнес-процессов и системы управления рисками – на операционные риски.

Бизнес-процесс – это совокупность различных действий (операций, функций), которые, вместе взятые, создают результат (продукт, услугу), имеющий ценность для потребителя, клиента или заказчика. В качестве клиента может выступать другой бизнес-процесс, т.е. внутренний клиент. В совокупность обычно входят действия, которые выполняются элементами, расположенными на различных уровнях организационной структуры [4].

Целесообразно выделить четыре базовых категории бизнес-процессов. Основные бизнес-процессы – непосредственно ориентированы на производство продукции или предоставление услуг, которые имеют ценность для клиента и обеспечивают получение дохода для предприятия.

Обеспечивающие бизнес-процессы – это вспомогательные бизнес-процессы, которые предназначены для обеспечения ресурсами всех бизнес-процессов предприятия.

Бизнес-процессы управления – это бизнес-процессы, охватывающие весь комплекс функций управления на уровне каждого бизнес-процесса и бизнес-системы в целом [1].

Бизнес-процессы – это бизнес процессы совершенствования производимой продукции или услуг, технологии производства или оказания услуг, внедрения нового оборудования или ресурсов, а так же развития персонала и формирования ключевых компетенций.

При внедрении процессного подхода к управлению используются следующие методики:

- создания сети бизнес-процессов;
- определения владельцев бизнес-процессов;
- моделирования (описания) бизнес-процессов;
- регламентации бизнес-процессов;
- управления бизнес-процессами на основе цикла PDCA;
- аудита бизнес-процессов.

Ключевыми моментами для внедрения процессного подхода к управлению являются:

1. Определение и описание существующих бизнес-процессов и порядка их взаимодействия в общей сети процессов организации.

2. Четкое распределение ответственности руководителей за каждый сегмент всей сети бизнес-процессов организации.

3. Определение показателей эффективности и методик их измерения (например, статистических).

4. Разработка и утверждение регламентов, формализующих работу системы.

5. Управление ресурсами и регламентами при обнаружении отклонений, несоответствий в процессе или продукте или изменений во внешней среде (в том числе изменение требований заказчика).

С внедрением процессного подхода к управлению организации имеются следующие возможности [2, 6, 7].

Возможность 1. Процессный подход позволяет оптимизировать систему корпоративного управления, сделать ее прозрачной для руководства и способной гибко реагировать на изменения внешней среды.

При внедрении процессного подхода регламентируются:

- порядок планирования целей и деятельности;
- взаимодействие между процессами и подразделениями организации;
- ответственность и полномочия владельцев процессов и других должностных лиц;
- порядок действий сотрудников в нестандартных ситуациях;
- порядок и формы отчетности перед высшим руководством;
- система показателей, характеризующих результативность и эффективность деятельности организации в целом и его процессов;

– порядок рассмотрения результатов деятельности и принятие управленческих решений по устранению отклонений и достижению плановых показателей.

Внедрение в организации процессного подхода в первую очередь подразумевает работу по описанию и регламентации бизнес-процессов, в рамках которой осуществляют следующие мероприятия.

1. Проводится распределение ответственности за результаты работ, входящих в состав процессов.

2. Определяется система взаимодействия процессов между собой, а также с внешними поставщиками и потребителями.

3. Определяется перечень документации, необходимой для функционирования процессов (инструкции, регламенты, положения, методики, должностные инструкции и т.д.).

4. Составляется график разработки и внедрения этой документации.

5. Устанавливаются показатели деятельности процессов, способы и формы сбора информации и порядок отчетности перед руководителями.

6. Определяются границы показателей, характеризующие нормальное течение процессов.

7. Устанавливаются критерии, по которым начинается работа по устранению причин отклонения.

Возможность 2. Процессный подход позволяет получить и использовать систему показателей и критериев оценки эффективности управления на каждом этапе производственной/управленческой цепочки.

Система показателей, построенная в рамках процессного управления, структурируется по четырем направлениям:

– показатели результата деятельности отдельных процессов и организации в целом (достижение запланированных результатов по объему, качеству, номенклатуре и срокам);

– показатели эффективности деятельности отдельных процессов и организации в целом (отношение полученных результатов к затратам времени, финансовых и других ресурсов);

– показатели продуктов, производимых процессами организации;

– показатели удовлетворенности клиентов результатами деятельности организации.

При внедрении процессного подхода разрабатывается двухступенчатая система показателей.

1. Показатели, по которым владелец процесса оценивает результативность и эффективность своего процесса и работ, входящих в его состав.

2. Показатели, по которым владелец процесса отчитывается перед высшим руководством о результатах деятельности процесса.

В число процессов, которые существуют в организации, входит также процесс управления организацией. Владелец этого процесса является генеральный директор. Управление деятельностью организации производится на основе отчетных показателей, которые владельцы процессов передают высшему руководству.

Возможность 3. Процессный подход обеспечивает уверенность соучредителей организации в том, что существующая система управления нацелена на постоянное повышение эффективности и максимальный учет интересов заинтересованных сторон, поскольку:

1) система основана на измерении показателей деятельности организации, планировании и достижении непрерывного улучшения результатов деятельности;

2) система направлена на удовлетворение потребностей пяти групп лиц, заинтересованных в деятельности организации:

- соучредители (инвесторы);
- потребители на рынке;
- персонал организации;
- поставщики;
- общество.

Возможность 4. Разработанная и внедренная система управления бизнес-процессами (СУБП) обеспечивает реализацию в организации процессного подхода в соответствии с требованиями МС ИСО 9000:2000 и получение соответствующего сертификата.

Наличие сертификата соответствия системы менеджмента качества требованиям МС ИСО 9001:2000 гарантирует потребителям, что организация не только выполнит заявленные требования потребителя, но и постарается установить и выполнить его предполагаемые требования, а также что вопросам качества работы уделяется большое внимание. Подобная организация получает конкурентные преимущества на рынке услуг.

Возможность 5. Внедрение процессного подхода к управлению и построению системы менеджмента качества гарантирует четко определенный порядок и ответственность за разработку, согласование, утверждение и ведение документации.

Возможность 6. Основой процессного подхода к управлению является принятие решений, основанное на фактах, поэтому большое

значение имеет наличие в организации информационной системы. Внедряемая в организации информационная система позволяет получать владельцам процессов объективную информацию. Для ведения управления в том случае, если она строится в рамках единой системы управления организацией на основе процессного подхода. В том случае, если система автоматизации внедряется без учета потребностей реального управления организацией, то очень велика вероятность неудачного завершения такого проекта.

Список используемой литературы

1. Багиев, Г.Л. Маркетинг : учебник / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн ; под общ. ред. Г.Л. Багиева.– 3-е изд. – СПб. : Питер, 2007. – 736 с.
2. Бекетов, Н.В. Формализация модели бизнес-процессов предприятия: информационная интеграция и управление активами / Н.В. Бекетов, В.Г. Федоров // Экономический анализ. Теория и практика. – 2008. – № 7.
3. Бовыкин, В.И. Новый менеджмент: (управление предприятия на уровне высших стандартов; теория и практика эффективного управления) / В.И. Бовыкин. – М. : Экономика, 1997. – 368 с.
4. Большаков, А.С. Современный менеджмент: теория и практика / А.С. Большаков, В.И. Михайло. – СПб. : Питер, 2002. – 416 с.
5. Боровков, П. Идеология процессного подхода и техника описания бизнес-процессов / П. Боровков // Справочник экономиста. – 2007. – № 9(51).
6. Романова, О.С. Современные модели управления компанией: процессный подход / О.С. Романова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2008. – № 6.
7. Семенов, А.К. Основы менеджмента : учебник / А.К. Семенов, В.И. Набоков. – 4-е изд. – М. : Дашков и К°, 2007. – 556 с.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ КАК МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ

**Шабаев А.В., аспирант кафедры
«Экономический анализ и качество»**

*Статья подготовлена под научным руководством д-ра экон. наук,
профессора кафедры «Экономический анализ и качество»*

К.Н. Савина

Результатом эффективного управления персоналом является сосредоточение усилий работников на выполнении задач, намеченных

стратегией организации, обеспечение эффективного использования интеллектуальных и физических возможностей занятых, реализация их потенциала, повышение качества жизни, укрепление трудовых отношений в духе сотрудничества и улучшение морального климата, достижение взаимной выгоды индивидов, профессиональных и социальных групп персонала организации, формирование у работников необходимых организации интересов и поведения с целью интеграции ожиданий организации с их интересами. Конечная цель работы с персоналом обеспечение максимального сближения ожиданий организации и интересов работника, связанных с профессиональной деятельностью.

Изучение опыта управления качеством показывает, что применительно к рыночным отношениям и сложившимся в нашей стране условиям, однозначное использование только отечественных или зарубежных подходов к управлению не позволит достичь желаемых результатов. Однако главное – это необходимость развития и более широкого использования системного подхода при обеспечении качества, к этому следует добавить:

- цели и задачи в области повышения, обеспечения и улучшения качества должны находиться в центре экономической политики каждого из предприятий, их объединений и т.п. Целями их деятельности должны быть:

- а) удовлетворение запросов и требований потребителей;
- б) достижение ожидаемого потребителем качества (с учетом цены) с минимальными издержками;

- в) оказание услуг потребителям в установленные сроки;
- в качестве основного критерия следует принимать удовлетворение требований потребителей;

- необходимы признание и реализация системного подхода к управлению качеством как наиболее эффективному методу достижения целей и задач в области качества;

- при оказании услуг высокого качества следует использовать соответствующие средства труда;

- необходимы непрерывное и систематическое обучение, специализированная профессиональная подготовка высококвалифицированных кадров и постоянное повышение их квалификации в обеспечении качества и управлении им;

- необходима постоянная добросовестная творческая работа всех сотрудников по повышению, обеспечению и улучшению качества;

- необходимо создавать атмосферу заботы и уважения к работникам любой должностной категории, внимания к их нуждам, запросам и быту [1].

Появление в России в сложившейся экономической ситуации самостоятельного вида деятельности специалистов-менеджеров по управлению персоналом означает отказ от минимальных вложений в человеческие ресурсы, затрагивающих лишь внешние производственно-бытовые стороны труда. Новая концепция исходит из экономических критериев деятельности работников, ориентируется на инвестиции, необходимые для обучения, и тренинга персонала, максимального раскрытия возможностей и способностей как отдельной личности, так и профессиональных и социальных групп.

Принцип соотнесения денежных затрат на развитие персонала и получаемых результатов в виде прибыли становится не только общепризнанным, но и первостепенным для менеджмента в России. Такой подход базируется на долгосрочной стратегии бизнеса, полностью соответствует ей и способствует видоизменению деятельности персонала в производственно-технической и социально-экономической сферах. Систему управления персоналом можно разделить на две подсистемы: тактическую и стратегическую. На первую возложены такие функции, как организация набора рабочей силы (поиск, собеседование, тестирование, оформление документов); подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров; организация распределения, перемещения, продвижения, увольнения работников, оценка и выработка рекомендаций об их дальнейшей судьбе; текущий учет и планирование потребностей кадров в рамках года на основе анализа их состояния [2].

Стратегическая подсистема ориентируется на разработку перспективной кадровой политики на основе анализа структуры персонала, эффективности использования рабочего времени, прогнозов развития производства, занятости. Работа с персоналом превратилась в последние годы в одну из основных обязанностей руководителей всех уровней и направлений, которые должны придерживаться определенных правил. Основные из них следующие:

- безусловная ориентация на требования законодательства о труде;
- учет не только текущих, но и перспективных потребностей организации в персонале, исходящих из задач ее развития, прогноза рыночной конъюнктуры и тенденций естественного движения рабочей силы;
- соблюдение баланса интересов организаций и ее работников;
- создание условий для сокращения числа увольнений и сохранения занятости;
- максимальная забота о каждом человеке, уважение его прав, свобод, достоинств.

Результативное управление персоналом основывается на социальном партнерстве, под которым понимаются взаимосвязанные действия администрации трудового коллектива, профсоюзов и иногда представителей государства. Стороны обязаны выполнять некоторые требования.

Трудовой коллектив – наращивать производительность труда, повышать качество работы, соблюдая сроки выполнения заданий, производственную и другие дисциплины, материально и морально отвечать за результаты труда.

Администрация – обеспечивать занятость и предотвращать массовые увольнения, материально стимулировать работников, индексировать заработную плату в соответствии с ростом цен, обеспечивать работников социальными пособиями при временной нетрудоспособности и потере работы.

Правительство – выдавать госзаказы, обеспечивать ресурсами, осуществлять политику протекционизма, переквалифицировать работников за счет государства, обеспечивать лиц, потерявших работу. В рамках социального партнерства коллективу предоставляется возможность участвовать в рассмотрении и оценке текущих и перспективных социальных программ, планов культурных и оздоровительных мероприятий, улучшения охраны труда, отдыха, питания сотрудников, внедрении прогрессивных форм организации труда, пересмотре норм выработки, утверждении систем оплаты и индексации.

Обратим внимание на то, как организуется эффективное использование персонала на предприятии жизнеобеспечения.

Эффективный процесс управления персоналом предприятий жизнеобеспечения базируется на следующих принципах.

1. Система формирования и использования специалистов предприятия должна быть подчинена общей стратегии его развития.

Управление персоналом должно быть интегрировано со стратегией управления организацией и услугами, развития материально-технической базы, финансового развития предприятия жизнеобеспечения.

2. В процессе управления персоналом должна преследоваться цель стабилизации состава работников. С экономических позиций высокая текучесть персонала на предприятиях обходится очень дорого даже по отношению к рабочим специальностям, а опытных, высококвалифицированных специалистов и менеджеров заменить очень сложно.

3. Отбор работников, на которых намечено распространить гарантию занятости в фиксированном периоде, должен осуществляться на конкурсной основе. В первую очередь этот принцип относится к наемным работникам – главным менеджерам и специалистам предприятий.

4. В процессе формирования и использования персонала необходимо учитывать трудовую мотивацию основных работников и стремиться к ее реализации в рамках возможностей конкретного предприятия. Формирование трудовой мотивации отражает изменения ценностных приоритетов работников в условиях перехода к рыночной экономике, желание наемных работников к сотрудничеству и партнерству с руководством предприятия на долгосрочной основе.

5. В процессе управления персоналом предприятия должны обязательно учитываться правовые нормы государственного регулирования занятости и оплаты труда. Это относится к порядку приема работников на работу, обеспечению соответствующих режимов и условий их труда, соблюдению минимальной границы заработной платы, обеспечению соответствующих социальных выплат и другим установленным правовым нормам в этой сфере.

Управление численностью и составом работников является наиболее ответственным звеном в общей системе функций управления персоналом предприятия.

Основной целью управления численностью и составом персонала является оптимизация затрат живого труда на выполнение основных видов работ, связанных с деятельностью предприятия, и обеспечение заполнения необходимых рабочих мест работниками соответствующих профессий, специальностей и уровней квалификации. Реализация этой функции управления персоналом в наибольшей степени должна быть увязана с общей стратегией менеджмента, так как сформированный на предприятии трудовой потенциал и будет обеспечивать осуществление всех стратегических целей и направлений его деятельности [2].

Управление численностью и составом персонала охватывает ряд последовательно выполняемых этапов работ.

1. Проектирование трудовых процессов на предприятиях, которое предусматривает определение общего объема работ и его распределение в разрезе отдельных групп исполнителей. На предприятиях общий объем выполняемых работ определяется, прежде всего, планируемым объемом и составом работ, а также номенклатурой и объемом оказываемых ими дополнительных услуг клиентам.

Общий объем выполняемых работ должен быть распределен между отдельными группами исполнителей. Такое распределение основано на разделении труда, т.е. на относительном обособлении различных видов деятельности предприятия.

2. Нормирование затрат труда на выполнение отдельных работ предусматривает разработку и использование на предприятии определенной системы норм труда. Эта система может включать: нормы численности, нормы времени, нормы выработки, нормы обслуживания.

3. Планирование численности работников отдельных должностей, профессий и уровней квалификации предусматривает установление планового количества этих работников. Планированию состава и общей численности работников действующего предприятия предшествует анализ динамики персонала, и эффективности использования рабочего времени в предплановом периоде.

Основной задачей анализа динамики персонала является установление тенденций изменения его количественного и качественного состава с позиций соответствия темпам развития хозяйственной деятельности предприятия. В этих целях темпы развития численности отдельных категорий работников сопоставляются с темпами развития организации, увеличение клиентской базы, объема реализованных платных услуг, прибыли и некоторых других показателей. Особое внимание в этом разделе анализа должно быть уделено изучению тенденций изменения профессионального и квалификационного состава работников, его соответствия объемам и сложности отдельных видов работ, выполняемых на предприятии.

4. Формирование персонала предприятия предусматривает осуществление комплекса мероприятий по отбору необходимых работников на рынке труда, их подготовке в соответствующих учебных заведениях, а также по повышению квалификации собственных работников. При этом обеспечивается замена выбывающих работников [3].

Список используемой литературы

1. Басовский, Л.Е. Управление качеством / Л.Е. Басовский, В.Б. Протасьев. – М., 2008.
2. Бланк, И.А. Торговый менеджмент / И.А. Бланк. – Киев : УФИМБ, 2003. – 376 с.
3. Туркулец, Н. Делегирование полномочий: инструмент мотивации сотрудников / Н. Туркулец // Кадровый менеджмент. – №6 [10]. – Сентябрь 2003.

РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ КОНКУРЕНТНЫХ ПРОЦЕССОВ НА ПРИМЕРЕ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

**Швальгина Т.Н., студентка 5 курса
специальности «Связи с общественностью»**

*Статья выполнена под научным руководством д-ра экон. наук,
профессора кафедры «Экономический анализ и качество»
К.Н. Савина*

Главной особенностью рыночной экономики является свобода выбора: производитель свободен выбрать любой тип продукции для

производства, потребитель – приобретаемый товар, работник – желаемое место работы и т.д. Но свобода выбора не обеспечивает экономического успеха автоматически. Он завоевывается в конкурентной борьбе.

Конкуренция – ключевая категория рыночных отношений. Она выступает в различных формах и осуществляется разными способами.

Впервые теория конкуренции была выведена Адамом Смитом в работе «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776).

Теория конкуренции Адама Смита была достаточно новой. Ее новизна заключается в том, что он впервые:

- сформулировал понятие конкуренции как соперничества, повышающего цены (при сокращении предложения) и уменьшающего цены (при большом выборе предложений);

- сформулировал основной принцип конкуренции – принцип «невидимой руки»: «рука» заставляет предпринимателей действовать в соответствии с неким «идеальным» планом развития экономики, при этом, безжалостно вытесняя фирмы, которые занимаются производством ненужной рынку продукцией;

- разработал тонкий механизм конкуренции, который заключается в том, что фирмы, производящие некачественный товар или слишком дорогую продукцию, испытывают множественные трудности. К подобной среде быстро адаптируются только мобильные фирмы;

- определил основные критерии эффективности конкуренции: мобильность используемых ресурсов, наличие большого количества производителей и покупателей, невозможность отдельно каждого производителя совершать изменения рыночной цены того или иного товара;

- разработал идеальную модель усиления и развития конкуренции.

Значительный вклад в развитие теории конкуренции внесли Д. Рикардо, Д.С. Миаль, Дж. Робинсон, Дж. Кейс, Ф. Найт, М. Портер и др.

Как свидетельствуют общие и специальные энциклопедические словари и справочники, конкуренция (от лат. *conspicere* – сталкиваться) – это соперничество между участниками рыночной экономики за лучшие условия производства, купли и продажи товаров.

Конкуренция ведет к развитию промышленных отраслей, к совершенствованию, к рациональному использованию ресурсов, способностей и знаний. Большая часть современных человеческих благ получена на основе соперничества, конкуренции. Конкуренция заставляет проявлять благоразумность и логичность.

В своей книге «Международная конкуренция» М. Портер отмечает: «Конкуренция – динамичный и развивающийся процесс, непрерывно меняющий ландшафт, на котором появляются новые товары, новые пути маркетинга, новые производственные процессы и новые рыночные структуры».

Но даже при большом количестве различных трактовок и определений понятия «конкуренция», нельзя вывести единое, абсолютно правильное определение данного сложного и многогранного явления. Но известно, что именно конкуренция является основополагающим стержнем в повышении результативности промышленной деятельности.

Чтобы повысить результативность и эффективность конкурентных процессов, производителям приходится постоянно находить новые методы конкурентной борьбы.

Основными методами конкурентной борьбы в современных условиях являются: ценовые, неценовые и недобросовестные методы конкуренции.

Ценовые методы характеризуются тем, что в конкурентной борьбе за потребителя и завоевание рынка главным образом используется такой прием как снижение цен. Предприниматель, принявший такое решение, полагает, что более низкой ценой на свои товары ему удастся победить (разорить) конкурентов. Захватив господствующее положение на рынке, последующим ростом цен предприниматель стремится восполнить временные потери прибыли. Такой метод конкурентной борьбы имел широкое распространение в прошлом в странах Запада (XIX – первая половина XX в.).

Неценовые методы конкуренции в настоящее время являются основополагающими в рыночном механизме всех развитых стран мира. Суть их заключается в повышении качества производимых товаров, улучшенное послепродажное и допродажное обслуживание. Сегодня особое внимание уделяется такому методу конкурентной борьбы, как реклама (продвижение товаров и услуг).

Существует немалое количество методов конкуренции плохо вяжущихся с нормами морали, и даже права. Данные методы относятся к недобросовестным методам конкуренции.

В связи с большим влиянием на общественность средств массовой информации и прессы, реклама является важнейшим методом ведения конкурентной борьбы, так как с помощью рекламы можно определенным образом формировать мнение потребителей о том или ином товаре, причем как в лучшую, так и в худшую стороны.

Рассмотрим специфику использования методов конкурентной борьбы, которые ведут к повышению результативности и эффективно-

сти конкурентных процессов, на примере автомобильной промышленности России и Германии («АвтоВАЗ» и «Volkswagen»).

Известно, что даже российские граждане предпочитают отечественным маркам автомобилей марки зарубежные. Почему люди не приобретают машины, произведенные российским Автопромом?

Каждая марка автомобилей, которая производится на территории Германии или в других странах, но по планам и технологиям «главной» компании, преподносит себя как продукцию самого высокого качества. «Volkswagen» позиционирует себя как производитель качественных автомобилей. Главный международный имиджевый слоган «Das Auto» сообщает, что «Volkswagen» производит Настоящие автомобили.

Компания «Volkswagen», как правило, использует неценовые методы конкурентной борьбы. Основной «движок» продвижения автомобилей «Volkswagen» – это активная имиджевая реклама. Видеоролики, наружная реклама, хорошо продуманный официальный сайт, постоянная смена слоганов, акции – все это является стабильным спутником продаж автомобилей марки «Volkswagen». Поэтому «Volkswagen» – это не просто машина, это бренд, за который покупатели готовы отдавать большие денежные суммы, а многолетняя положительная репутация толкает покупать именно «Volkswagen» и никакую другую машину. Приобретая авто «Volkswagen», покупатель приобретает качество и автомобиль со звучным, всем известным именем.

Компания «АвтоВАЗ» имеет большой опыт в производстве автомобилей. За срок службы «АвтоВАЗ» использовала различные современные технологии, мощное производственное оборудование и надежные конструкции. Но даже этот набор характеристик не повышает популярность и покупаемость среди как отечественных автолюбителей, так и зарубежных покупателей.

«АвтоВАЗ» не ведет активную рекламную компанию. Чаще компания занимается ценовыми методами конкурентной борьбы: отечественные автомобили стоят на порядок дешевле, нежели автомобили импортного производства. Именно поэтому покупатели автомобилей «АвтоВАЗ» – это достаточно узкий сегмент целевой аудитории: мужчины, от 35 лет, со средней заработной платой. Молодые люди склонны приобретать «брендовые» автомобили, которыми «АвтоВАЗ» не являются.

Таким образом, на российском рынке существует проблема, связанная с обеспечением эффективности и результативности конкурентных процессов в автомобильной промышленности. Каждым конкурентным процессом необходимо управлять. От правильно выбранных

методов конкурентной борьбы напрямую зависит экономика автомобилестроительного предприятия. Спрос на машины отдельной марки не может сформироваться стихийно. Развитие любой промышленности должно проходить под влиянием потенциала в конкурентной деятельности предприятия, что будет способствовать победе в конкурентной борьбе на внутренних и мировых рынках. Начальным пунктом активных конкурентных процессов должно стать создание, поддержание и непрерывное развитие конкурентоспособности и конкурентной среды.

Список используемой литературы

1. Миланд, Л. Абсолютное оружие. Как убить конкуренцию: захват и удержание рынка / Л. Миланд. – СПб. : Коммерсантъ, 2009.
2. Печенкин, А. Об оценке конкурентоспособности товаров и товаровпроизводителей / А. Печенкин, В. Фомин. М. : Маркетинг, 2008.
3. Портер, М. Конкуренция / М. Портер ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2008.
4. Юданов, А.Ю. Конкуренция: теория и практика : учебно-практическое пособие / А.Ю. Юданов. – М. : ГНОМ-ПРЕСС, 2008.
5. Харитонов, В.К. Государство и проблемы конкуренции в современной экономике / В.К. Харитонов // Вопросы экономики. 2002. – № 2.

СУЩНОСТЬ ПРОЦЕССА СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

**Короваева С.П., аспирант кафедры
«Экономический анализ и качество»**

*Статья подготовлена под научным руководством д-ра экон. наук,
зав. кафедрой «Экономический анализ и качество»
Н.В. Злобиной*

Процесс стратегического управления в организациях включает осуществление следующих взаимосвязанных функций:

- 1) определение долгосрочной стратегии, основных идеалов, целей и задач развития организации;
- 2) создание стратегических хозяйственных подразделений организации;
- 3) обоснование и уточнение основных целей проведения маркетинговых исследований рынка;
- 4) осуществление ситуационного анализа и выбор направления экономического роста организации;

5) разработка основной стратегии маркетинга и укрупненное планирование производства продукции;

6) выбор тактики и уточненное планирование способов и средств достижения поставленных задач;

7) контроль и оценка основных результатов, корректировка выбранной стратегии и способов ее реализации.

На рисунке 1 приведена схема стратегического управления всеми отечественными организациями, большими и малыми, производящими товары и оказывающими услуги, коммерческими и некоммерческими.

Стратегия развития организации определяется в результате изучения внешнего окружения и возможных внутренних перспектив ее деятельности с учетом непредвиденных рыночных обстоятельств. Она заключается в установлении ее долгосрочной ориентации на какой-либо вид производственной деятельности и занятие соответствующего или планируемого положения как на внутреннем, так и на внешнем рынках. При этом уточняются стратегические вопросы, связанные с выбором выпускаемой продукции, обслуживаемых потребителей, применяемых производственных процессов, используемых экономических ресурсов, а также формированием общей линии поведения на рынке с учетом своих возможностей и сил конкурентов.

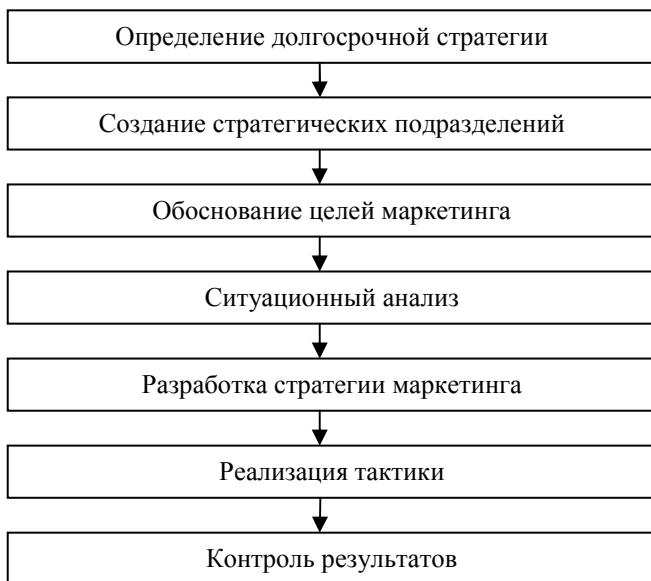


Рис. 1. Схема стратегического управления в организации

Кроме того, учитываются возможные стратегии развития следующих рыночных услуг: выход на рынок с новым продуктом, привлечение новых поставщиков и потребителей товаров, расширение или прекращение производства и продажи прежних товаров.

В процессе стратегического управления общие или главные цели организации устанавливаются высшим руководством и согласуются со всеми подразделениями. Плановые службы предлагают каждому производству варианты первоначальных показателей валовой и чистой прибыли на долгосрочный период. После их рассмотрения подразделения выдвигают свои предложения, тем самым создаются необходимые предпосылки для выработки общих целей стратегического управления. В утвержденных планах предусматриваются общие цели организации, ее место на региональном рынке, организационная структура управления, кадровая политика, производственная стратегия, выбор новой продукции, общая политика сбыта, финансовые результаты, политика поглощений или приобретений, объем инвестиций и т.д.

Интересен зарубежный опыт стратегического планирования. В практике стратегического планирования, как функции стратегического менеджмента, на американских фирмах можно выделить следующие особенности, которые необходимо учитывать и на российских предприятиях.

1. Планы обычно содержат только одну стратегию предстоящих действий. Программы, предусматривающие возможные варианты решений на случай изменения первоначальной стратегии, обычно не включаются в план.

2. В планах оцениваются все сильные и слабые стороны организации при анализе благоприятных возможностей или опасных событий в окружающей обстановке.

3. Планы включают данные прогнозов и предположений, которые в деталях обычно не разрабатываются.

4. В большинстве планов оценка риска также не производится, но при рассмотрении различных возможных вариантов действий риск учитывается.

5. Все планы строятся на основе ожидаемых целей, которые отражают важнейшие показатели финансовой деятельности организации.

6. В долгосрочных планах отражаются данные о требуемых инвестициях, ожидаемых доходах и расходах, выплачиваемых дивидендах в долгосрочном периоде.

7. В планах дается оценка диверсификации, происходящей в результате возможных слияний и поглощений фирмы.

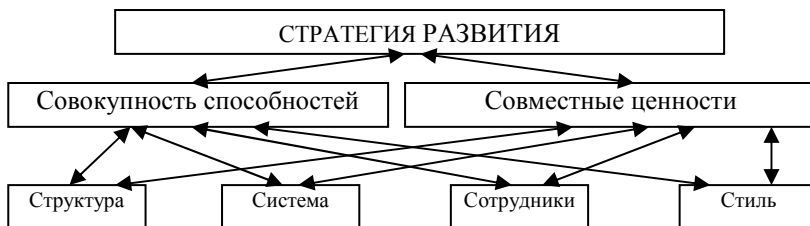


Рис. 2. Модель-7С развития организации

Таким образом, в долгосрочном плане отражается главным образом общая стратегия организации и описывается модель будущего с позиций весьма широкого подхода. В качестве единой стратегии развития организации сейчас может быть взята так называемая модель-7С, характеризующая механизм взаимодействия таких важнейших социально-экономических факторов, как структура, система, сотрудники, стиль, совместные ценности и совокупность способностей (рис. 2) [1].

Все эти факторы тесно переплетены между собой и оказывают комплексное влияние на конкретные планово-управленческие результаты деятельности организации. Приведенная модель определяет стратегическое планирование не только как процесс создания формальных схем и систем показателей, но и как механизм творческого взаимодействия и взаимного согласия между персоналом всех категорий, основу увязки их личных интересов с общими целями организации, а также учета всех сторон деятельности человека в современной организации.

Следовательно, основная задача стратегического управления как в отечественных организациях, так и на зарубежных фирмах состоит в обосновании важнейших целей и выработке правильной стратегии долгосрочного развития. В современной теории менеджмента принято выделять восемь основных сфер деятельности, в границах которых каждая организация определяет свои главные цели: положение организации на рынке, инновационная деятельность, уровень производительности, наличие производственных ресурсов, степень стабильности, система управления, профессионализм персонала и социальная ответственность. Как свидетельствует передовая отечественная практика, наиболее значимыми в рыночных условиях являются финансовые цели, определяющие состояние платежеспособности и экономическую устойчивость организации.

Список использованной литературы

1. Злобина, Н.В. Концептуальные основы экономического развития менеджмента качества организации: монография / Н.В. Злобина. – Тамбов : Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2011. – С. 13.

Научное издание

**КАЧЕСТВО ОБЪЕКТОВ МИКРО-, МЕЗО-,
МАКРОЭКОНОМИКИ, БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА
И АУДИТА, ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА
И ФИНАНСОВО-КРЕДИТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**
СБОРНИК ТЕЗИСОВ ДОКЛАДОВ И НАУЧНЫХ СТАТЕЙ

Выпуск 4

Компьютерное макетирование М. А. Евсейчевой

Подписано в печать 24.10.2012.

Формат 60 × 84 / 16. 9,3 усл. печ. л. Тираж 100 экз. Заказ № 546.

Издательско-полиграфический центр
ФГБОУ ВПО «ТГТУ»
392000, г. Тамбов, ул. Советская, 106, к. 14