

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 5

Т.Г.Т.У

Тамбов
Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ»
2013

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. 5. – Тамбов : Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2013. – 132 с.– 100 экз. – ISBN 978-5-8265-1212-8; ISBN 978-5-8265-1213-5

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

Сборник предназначен для развития научно-исследовательской работы.

УДК 33.004.12
ББК У012

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

ISBN 978-5-8265-1212-8
ISBN 978-5-8265-1213-5

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет» (ФГБОУ ВПО «ТГТУ»), 2013

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Андреева И.А., Спиридонов С.П.</i> Социальная поддержка населения Российской Федерации как одно из направлений улучшения качества жизни	5
<i>Бакуменко Е.М.</i> Принципы менеджмента качества и управления затратами	9
<i>Бесперстова О.С.</i> Анализ состояния дорожного покрытия в России	11
<i>Бондарская О.В.</i> Региональная специфика конечного потребления	15
<i>Гаврилов А.О.</i> Сравнительный анализ измерения индекса развития человеческого потенциала в разных странах мира	19
<i>Гордеев Т.Ю.</i> Некоторые проблемы коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности в современной России	21
<i>Гриднева М.А.</i> Оценочные показатели факторных составляющих обеспечения качества в системе операционного аудита	24
<i>Жукова И.О.</i> Эволюция стандартизации и управления качеством продукции в России	27
<i>Заносиенко О.А.</i> Экономическое планирование повышения качества продукции	31
<i>Каверин И.И.</i> Интеграция концепции управления РМВоК в проектную деятельность SEO-компании на примере ООО Demis Partners	34
<i>Касаткина М.В.</i> Статистический анализ уровня жизни населения Тамбовской области	36
<i>Козловская А.В.</i> Сельское хозяйство в Тамбовской области: анализ тенденций и прогноз	39
<i>Коновалова Т.М.</i> Стратегическое управление развитием региона: сущность, цели, функции и методы	42
<i>Лавренченко М.А.</i> Декомпозиция как метод экономического анализа в системе менеджмента качества	48
<i>Ле Тхи Хонг Тхуи</i> Анализ уровня инвестиционной активности по Тамбовской области	52
<i>Пальцева Е.С.</i> Быть умным выгодно	54
<i>Попова Г.Л.</i> Специальный налоговый режим: анализ динамики налоговых поступлений в ЦФО	57
<i>Сухов Д.В.</i> Виды рисков качества жизни	60
<i>Савина К.С.</i> Теоретические аспекты внедрения системы качества в организации	65

<i>Самодуров М.Н.</i> Управление ресурсами региональной компании с целью выхода на новый качественный уровень социально-экономического взаимодействия с целевой аудиторией	68
<i>Саталкина Н.И.</i> Самооценка системы менеджмента качества как элемент ее мониторинга	71
<i>Сизикин А.Ю.</i> Феноменология системной парадигмы самооценки менеджмента качества предприятий и организаций	73
<i>Сизикина Т.А.</i> Формирование этапов реализации процедур обеспечения самооценки менеджмента качества предприятий и организаций	77
<i>Солозобов О.А.</i> Основные понятия и принципы, этапы развития менеджмента качества	81
<i>Сторожев А.К.</i> Экономический анализ изменения валовой добавленной стоимости в России	85
<i>Строилова Э.В.</i> Международные стандарты серии ИСО 9000 и менеджмент качества: основные требования	87
<i>Сычев В.А.</i> Устойчивое развитие и менеджмент качества: взаимодействие и взаимозависимость	95
<i>Сыщиков В.А.</i> Синергизм интегрирования систем менеджмента качества	100
<i>Сюй Юй Лун</i> Развитие маркетинговых процессов повышения качества продукции (услуг) предприятий и организаций	103
<i>Терехова Г.И.</i> Методы формирования маркетингового бюджета на примере фирмы, функционирующей на рынке кондитерских изделий	106
<i>Терехова Ю.О.</i> Использование материалов анализа покупательского спроса в разработке маркетинговых мероприятий производственной фирмы	109
<i>Толстошеина В.А.</i> Развитие концепции постоянного улучшения системы менеджмента качества организации на основе аутсорсинга	113
<i>Фетисова О.В.</i> Технология управления качеством продукции на основе процессного подхода	118
<i>Четырина М.А.</i> Сравнительный анализ уровня безработицы в Тамбовской и Воронежской областях	122
<i>Шабаетв А.В.</i> Классификация процессов экономического стимулирования повышения качества продукции	124
<i>Хуан Энь</i> Формирование резервов проектирования процессов улучшения системы менеджмента качества промышленного предприятия	128

СОЦИАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА НАСЕЛЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ КАК ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ УЛУЧШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

**Андреева И.А., аспирантка кафедры
«Экономический анализ и качество»
Спиридонов С.П., д-р экон. наук, проф. кафедры
«Экономический анализ и качество»**

Большое влияние на формирование параметров качества жизни населения оказывает социальная сфера. Она охватывает такие отрасли экономической системы как здравоохранение, образование, культура, социальное обслуживание и обеспечение, ЖКХ, социальное страхование и пенсионное обеспечение [6].

С точки зрения социологии, качество жизни – это категория, выражающая качество удовлетворения материальных и культурных потребностей людей, качество питания, качество и модность одежды, комфорт жилища, качество здравоохранения, образования, сферы обслуживания, окружающей среды, структуру досуга, степень удовлетворения потребностей в содержательном общении, занятиях, творческом труде, уровень стрессовых состояний и т.д. [5, с. 20].

В последние годы в выступлениях первых лиц государства неоднократно подчеркивается важность ориентации государственной социально-экономической политики на повышение качества жизни населения и ставится задача поиска таких направлений деятельности, которые изменили бы качество жизни в России, обеспечили бы нашей стране лидерские позиции [7].

Правительством Российской Федерации определены следующие цели в области социально-экономического развития на ближайшие годы:

- повышение материального уровня жизни населения;
- улучшение здоровья и формирование здорового образа жизни;
- обеспечение эффективного функционирования системы социальных гарантий (социальной защиты);
- обеспечение динамичного и устойчивого экономического развития, в части обеспечения эффективной занятости населения и удовлетворения потребностей экономики в трудовых ресурсах.

Исходя из системы целей Правительства Российской Федерации, определены следующие цели Министерству здравоохранения и Министерству труда и социальной защиты Российской Федерации:

- 1) улучшение демографической ситуации;
- 2) повышение благосостояния населения, снижение бедности и неравенства по денежным доходам населения;

3) повышение качества и доступности медицинской помощи, лекарственного обеспечения, обеспечение санитарно-эпидемиологического благополучия;

4) повышение эффективности системы социальной защиты и социального обслуживания, в первую очередь пожилых граждан и инвалидов, а также улучшение положения семей с детьми и детей, находящихся в трудной жизненной ситуации;

5) содействие продуктивной занятости населения, обеспечение защиты прав граждан в области труда [8].

Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации разработан ряд программ и законов, направленных на повышение качества жизни населения нашей страны. На данный момент на территории Российской Федерации реализуются следующие государственные программы: «Социальная поддержка граждан», «Содействие занятости населения», «Доступная среда». В рамках демографической политики Министерства реализуется закон № 256-ФЗ «О дополнительных мерах поддержки семей, имеющих детей» от 29.12.2006.

Основными целями государственной программы «Социальная поддержка граждан» являются создание условий для роста благосостояния граждан и повышение доступности социального обслуживания населения (табл. 1). Ожидается, что данная программа будет способствовать снижению бедности, росту рождаемости, решению проблем безпризорности и т.д. [2].

Основной целью государственной программы «Содействие занятости населения» является создание правовых, экономических и институциональных условий, способствующих эффективному развитию рынка труда (табл. 2). В качестве основных результатов реализации программы выступают: создание условий для формирования гибкого, эффективно функционирующего рынка труда, содействие поддержанию высокой квалификации и сохранению здоровья работников, обеспечение защиты трудовых прав граждан, обеспечение сохранения здоровья работников за счет улучшения условий их труда и т.д. [3].

Целями программы «Доступная среда» являются формирование к 2016 г. условий беспрепятственного доступа к приоритетным объектам и услугам в важных сферах жизнедеятельности инвалидов и других маломобильных групп населения и совершенствование механизма предоставления услуг в сфере реабилитации и государственной системы медико-социальной экспертизы. Программа реализуется с 2011 г. Объем финансирования мероприятий подпрограммы 1 «Обеспечение доступности приоритетных объектов и услуг в приоритетных сферах жизнедеятельности инвалидов и других маломобильных групп населения» программы «Доступная среда» за счет средств федерального

бюджета составляет 28 605 853,5 тыс. р. Объем финансирования мероприятий подпрограммы 2 «Совершенствование механизма предоставления услуг в сфере реабилитации и государственной системы медико-социальной экспертизы» за счет средств федерального бюджета составляет 131 737 685,99 тыс. р. [3].

Правительством Российской Федерации разработана демографическая политика, направленная на увеличение продолжительности жизни населения, сокращение уровня смертности, рост рождаемости, регулирование внутренней и внешней миграции, сохранение и укрепление здоровья населения, и улучшение на этой основе демографической ситуации в стране. Важным направлением демографической политики является социальная поддержка семьи. В законе № 256-ФЗ «О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имею-

1. Прогноз объема бюджетных ассигнований государственной программы «Социальная поддержка граждан»

Год	Объем финансового обеспечения реализации программы за 2013 – 2020 гг. за счет средств федерального бюджета по подпрограммам, тыс. р.			
	Развитие мер социальной поддержки отдельных категорий граждан	Модернизация и развитие социального обслуживания населения	Совершенствование социальной поддержки семьи и детей	Повышение эффективности государственной поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций
2013	628 910 404,00	1 717 639,10	336 078 320,80	1 678 499,60
2014	662 938 236,00	638 779,60	293 506 406,92	1 573 499,60
2015	696 705 077,60	640 440,00	307 893 040,20	1 603 499,60
2016	722 819 364,41	640 440,00	314 167 995,63	1 643 499,60
2017	735 468 614,06	640 440,00	318 563 904,67	1 683 499,60
2018	751 050 112,02	640 440,00	322 108 330,79	1 723 499,60
2019	766 753 666,15	640 440,00	325 950 405,05	1 763 499,60
2020	783 645 523,88	640 440,00	329 671 941,27	1 813 499,60

2. Прогноз объема бюджетных ассигнований государственной программы «Содействие занятости населения»

Год	Объем финансового обеспечения реализации программы за 2013 – 2020 гг. за счет средств федерального бюджета по подпрограммам, тыс. р.		
	Активная политика занятости населения и социальная поддержка безработных граждан	Внешняя трудовая миграция	Развитие институтов рынка труда
2013	46 368 643,80	17 946 580,70	3 143 911,70
2014	46 368 643,80	19 467 068,10	2 851 059,60
2015	46 368 643,80	19 875 955,60	2 626 776,90
2016	48 608 963,55	16 667 828,50	2 770 656,80
2017	50 895 812,01	16 667 828,50	2 872 854,40
2018	53 242 622,40	16 667 828,50	2 960 150,00
2019	55 542 072,75	16 667 828,50	3 050 588,00
2020	57 833 942,96	16 667 828,50	3 138 056,10

щих детей» речь идет о получении гражданами материнского (семейного) капитала, который представляет собой средства федерального бюджета, передаваемые в бюджет Пенсионного фонда Российской Федерации на реализацию дополнительных мер государственной поддержки. Под дополнительными мерами государственной поддержки семей, имеющих детей, понимаются меры, обеспечивающие возможность улучшения жилищных условий, получения образования, а также повышения уровня пенсионного обеспечения с учетом особенностей, установленным законом [1].

Материнский (семейный) капитал ежегодно индексируется государством. В 2007 г. он составлял 250 000 р., в 2008 г. – 276 250 р., в 2009 г. – 312 162 р., с 1 января 2010 г. – 343 378 р., с 1 января 2011 г. – 365 698 р., с 1 января 2012 г. – 387 640 р., с 1 января 2013 г. – 408 906 р. [9].

Несомненно, Правительство Российской Федерации обратило внимание на развитие социальной сферы жизни общества, выделив бюджетные средства на увеличение рождаемости, повышение доступности социального обслуживания населения, улучшение условий труда, обеспечение трудовых прав граждан. Но, по-прежнему, мало средств выделяется на такие значимые отрасли системы как здраво-

охранение и образование. Заработная плата остается на низком уровне, постоянно растут энерготарифы и т.д. А значит, тех государственных программ и законодательных актов, которые на данный момент разработаны в рамках государственной социально – экономической политики недостаточно для того, чтобы говорить об обеспечении достойного качества жизни населения Российской Федерации.

Список использованных источников

1. О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей : федер. закон от 29.12.2006 № 256-ФЗ.
2. Социальная поддержка граждан : Паспорт государственной программы Российской Федерации.
3. Содействие занятости населения : Паспорт государственной программы Российской Федерации.
4. Доступная среда» на 2011 – 2015 годы : Паспорт государственной программы Российской Федерации.
5. 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.
6. <http://cyberleninka.ru/article/n/razvitiye-sotsialnoy-sfery-kak-osnovapovysheniya-kachestva-zhizni-naseleniya>
7. http://ria-stk.ru/mi/adetail.php?ID=37667&spphrase_id=144125
8. <http://www.rosmintrud.ru/docs/mzsr/stat/39>
9. http://www.pfrf.ru/family_capital/887.html

ПРИНЦИПЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА И УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ

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

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

Н.В. Злобиной

В современном менеджменте качества доминируют следующие принципы:

- ориентация на потребителя;
- лидерство руководителя;
- вовлеченность персонала;
- системный подход к управлению;
- процессный подход к управлению;
- улучшение каждого процесса;
- информация, основанная на фактах;
- взаимовыгодные отношения с поставщиками.

Однако следует отметить, что ориентация на современное стратегическое развитие системы менеджмента качества организации вносит свои коррективы в идентификацию принципов управления затратами.

Считаем целесообразным выделение основных современных принципиальных особенностей управления затратами в системе менеджмента качества организации:

- учет стратегических затрат организации, связанных с удовлетворением скрытых потребностей потребителей с целью формирования их лояльности;

- системная ориентация управления затратами, предполагающая идентификацию видов затрат, причин их возникновения и последствий, а также их системное взаимодействие;

- экономическое обеспечение мотивационной программы менеджмента качества организации (при использовании программно-целевого подхода к управлению);

- процессное управление затратами в системе менеджмента качества организации, включающее разработку карты процессов с выделением основных, вспомогательных и управленческих процессов, владельцев и исполнителей процессов, а также их процессного взаимодействия и определение центров ответственности;

- применение современных инструментов как управления затратами, так и менеджмента качества (статистические методы менеджмента качества, SWOT-анализ, «Бережливое производство», «Кайдзен», аутсорсинг, бенчмаркинг и др.).

Кроме того на эпистемологическом уровне определяются цели и задачи в области управления стратегическими затратами. Например, целевыми ориентирами организации могут быть оптимизация стратегических затрат, формирование эффективной организационной структуры управления стратегическими затратами, и т.п. Согласно поставленной цели следующим действием выступает определение задач, способствующих достижению поставленной цели. Например, для оптимизации стратегических затрат, вполне уместно будет применение современных инструментов менеджмента качества.

Систематизация ключевых положений теории менеджмента, стратегического менеджмента, управления качеством, управленческого учета позволила сформулировать принципы управления стратегическими затратами в СМК организации, базовыми из которых выделены:

- принцип лидерства руководителя, означающий одержимость руководства организации идеей стратегического развития СМК организации;

- принцип системной ориентации, обеспечивающий комплексное воздействие управления стратегическими затратами на процессы СМК организации;

- принцип партисипативности, обеспечивающий участие персонала в развитии СМК и способствующий его вовлеченности в реализуемые мероприятия;
- принцип согласованности, означающий гармонизацию стратегии развития СМК и общей системы менеджмента организации;
- принцип цикличности, предполагающий осуществление управленческого воздействия на все процессы СМК с целью достижения плановых мероприятий развития СМК организации в долгосрочной перспективе с ориентацией на постоянное улучшение;
- принцип экономичности, т.е. рационального и оптимального использования ресурсов для максимального достижения плановых показателей стратегического развития СМК организации.

Таким образом соотнесение принципов менеджмента качества и управления затратами позволило сформулировать оптимальные принципиальные позиции по управлению стратегическими затратами в СМК организации, способствующие развитию организаций в долгосрочной перспективе.

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ДОРОЖНОГО ПОКРЫТИЯ В РОССИИ

**Бесперстова О.С., студентка, 4 курс,
специальность «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»**

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

Т.М. Коноваловой

Довольно актуальной проблемой на сегодняшний день является проблема качества автомобильных дорог на просторах России. Несмотря на то, что Россия входит в число развитых стран, она сильно отстает от других стран с таким же уровнем экономики по показателю состояния дорожного покрытия. Так, в рейтинге «Качество дорог» за 2012 г. лучшими дорогами были признаны дороги во Франции, Объединенных Арабских Эмиратах и Сингапуре (все получили по 6,5 балла). В десятку лучших также попали Португалия, Оман, Швейцария, Австрия, Гонконг, Финляндия и Германия. В этом рейтинге Россия занимает лишь 136 место из 144 стран, расположившись между Мозамбиком и Украиной. Как отмечается в отчете о глобальной конкурентоспособности, подготовленном экспертами Всемирного экономического форума, качество российских дорог оценили всего в 2,3 балла из 7 возможных. Безусловно, это очень низкий показатель, влекущий за собой отрицательные последствия. В 2011 го. из-за неудовлетворительного состояния дорог в нашей стране произошло 24,42% всех

ДТП. И этот показатель постепенно растет. В 2012 г. он составил уже 24,83% всех ДТП или 42 772 аварий, в которых погибло 6950 человек, 54 468 – ранено (рис. 1).

По мнению экспертов, существует много причин неудовлетворительного состояния дорог в России. Рассмотрим основные из них.

Во-первых, одной из главных причин плохого состояния дорожного покрытия в России является климат. Резкие перепады температур, обильные осадки, несомненно, не могут не влиять на качество асфальта, он трескается и портится. Однако этого можно было бы избежать, если использовать современное оборудование и материалы, совершенствовать технологию производства дорожного покрытия и соблюдать нормы укладки асфальта.

Во-вторых, сказывается недостаточное инвестирование в содержание и ремонт автодорожной инфраструктуры. За этот год в России запланировано отремонтировать 11 тыс. км дорог, в восемь раз меньше, чем необходимо. Если же сроки ремонта затягиваются, то восстановление дорог из-за необратимых разрушений дорожает в несколько раз. Зарубежный опыт показывает, что в Европе на ремонт и содержание дорог ежегодно выделяется от 10 до 20 тыс. долларов на километр дороги, а в России меньше трех тысяч. При этом от 10 до 50% в этой сумме уходит на так называемые «откаты». Проблема в том, что данная отрасль является сильно коррумпированной. При укладке дорог практически невозможно в точности определить все необходимые затраты, так как они зависят от многих факторов, изменяющихся с течением времени: от погодных условий, начального состояния асфальтового покрытия и т.д.

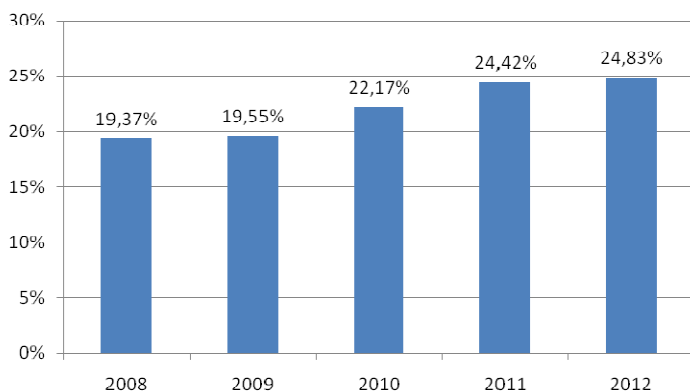


Рис. 1. Доля погибших в ДТП по причине плохих дорог, в % к общему числу ДТП

В-третьих, немаловажной причиной является огромная площадь территории нашей страны. Естественно, на укладку дорог по всей ее территории требуется больше средств, чем в странах, например, Европы. Но при этом, сама себестоимость 1 км дороги в России в несколько раз выше, чем в ведущих странах мира. Так, например, средняя стоимость 1 км четырехполосной дороги в России – 17,6 млн. дол., в то время как в Германии – 6,5 млн. дол., а в Китае – 2,2 млн. дол. (рис. 2). Но это не окончательные цифры, а усредненное значение. Проанализировав показатели по различным регионам нашей страны, можно обнаружить, что средства на строительство дорог в разных субъектах федерации выделяются крайне неравномерно. Например, дороги в Краснодаре и Новороссийске построены по цене \$32 млн. за 1 км. Затраты на центральную кольцевую автодорогу в Москве – \$40 млн., на трасса Москва – Петербург – \$65 млн. Рекордсменом является Западный скоростной диаметр в Санкт-Петербурге, 1 км которого в среднем стоит \$140 млн. И это не говоря уже об «олимпийской» дороге к Красной поляне в Сочи, стоимость которой составила 242 млрд. р. за 50 км, или почти \$160 млн. за 1 км. Для сравнения: в Европе стоимость прокладки одного километра туннеля в горном массиве составляет около \$70 млн.

Хотелось бы более подробно остановиться на причинах такого большого разброса в стоимости укладки дорожного покрытия в России по сравнению с другими развитыми странами.

Минтранс утверждает, что такая разница в стоимости наших дорог по сравнению с европейскими появляется из-за того, что она складывается из разных показателей.

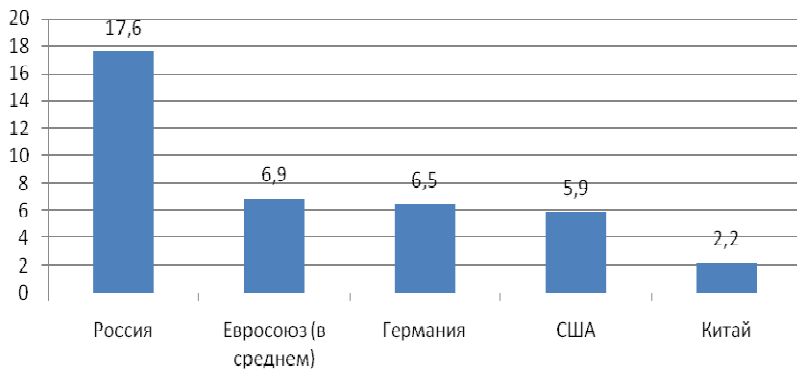


Рис. 2. Средняя цена за 1 км дороги с твердым покрытием, \$млн.

Стоимость дороги в России исчисляется исходя из природно-климатических и грунтово-геологических условий, стоимости стройматериалов, степени застройки и освоения полосы строительства. Это значит, что в конечную цифру включаются затраты на выкуп земли, перенос коммуникаций и объектов, находящихся в зоне строительства, расселение жителей и т.д. В общем объеме расходов на возведение дороги все это составляет не менее 30%, а в крупных густонаселенных городах – до 60%. Например, высокую стоимость дороги в Сочи эксперты объясняют тем, что большинство сочинских трасс, которые сейчас строятся – это череда сложных эстакад, тоннелей и мостов, плюс перенос множества частных построек. Отсюда и высокая стоимость.

В нашей стране необходимо составление четкой сметы дорожного проекта, в которой будут указаны все необходимые затраты, при этом указывать в них реальные, а не преувеличенные цены.

В европейских странах эта смета является необходимой составляющей в дорожной отрасли. Она выглядит следующим образом. До 15% стоимости автодорог составляет покупка земельных участков на пути трассы. Наиболее весомой статьёй расходов является землеустройство и планирование – 40% от всех затрат (в рамках этой статьи 30 – 32% уходит на земельные работы, подготовку грунта, прокладку трассы, а 8 – 10% – на планирование и административные расходы). Следующей крупной затратной строкой являются строительные работы – 35% (в том числе изготовление нижнего несущего слоя – 10%, асфальтового покрытия – 10%, стандартное оборудование трассы знаками, телефонами, указателями, защитными щитами – 15%) Оставшиеся 10% в общей смете идут на строительство и оборудование парковок, мест отдыха и т.п. (рис. 3).



Рис. 3. Смета укладки дорог в европейских странах, %

Безусловно, сравнительно благоприятные грунтово-гидрологические и погодно-климатические условия, наличие и доступность местных качественных каменных материалов позволяют в среднем существенно сэкономить при строительстве автомобильных дорог в США, Канаде. В России из-за отсутствия развитой дорожной сети и недостатка природных месторождений средние расстояния транспортировки дорожно-строительных материалов очень велики. Например, в Архангельской области этот показатель для кондиционных песков достигает 40 км, для песчано-гравийной смеси – 80 км, для щебня – 330 км, для асфальтобетона – 50 км. В Мурманской области при транспортировке песка и песчано-гравийной смеси расстояния изменяются от 20 до 110 км, битумной эмульсии и черного щебня – от 10 до 115 км.

Необходимо отметить, что указанные факторы никак не могут приводить к столь существенной разнице в стоимости строительства дорог. Если судить по ценам, получается, что в нашей стране перекладывать коммуникации и расселять жильцов нужно даже в сельской местности с низкой плотностью населения.

Однако правительство все же делает шаги к улучшению состояния дорог в нашей стране. Огромные надежды проектно-сметные и конструкторско-ревизионные организации возлагают на новый законопроект, согласно которому вводится понятие "срока гарантии" при строительстве дорог. Строители в случае выявления дефектов, должны будут за свой счет устранять их в определенные сроки. Возможно, подобное постановление создаст стимул повышения качества дорожного покрытия, которое прослужит большой период времени.

Список использованных источников

1. <http://blogi.autonews.ru/>
2. <http://lenta.ru/news/2012/>
3. <http://www.24news.ru/news/business/735717n.html>
4. <http://auto-profi21.ru/>

РЕГИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА КОНЕЧНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

**Бондарская О.В., аспирантка кафедры
«Экономический анализ и качество»**

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

Б.И. Герасимова

Уровень жизни – это экономическая категория и социальный стандарт, характеризующий степень удовлетворения физических и

социальных потребностей людей. Основными компонентами стандарта уровня жизни является: здоровье, питание и доходы населения, жилищные условия, домашнее имущество, платные услуги, культурный уровень населения, условия труда и отдыха, а так же социальные гарантии и социальная защита наиболее уязвимых граждан. Социальные гарантии – система обязательств общества перед своими членами по удовлетворению важнейших потребностей. Государство, давая гарантии, берет на себя обязательство по созданию условий каждому члену общества для реализации его экономической активности и получения дохода [1].

Социальная защита – система мер, осуществляемых обществом по обеспечению необходимого материального и социального положения граждан. Конечной целью общественного развития является повышение уровня жизни населения [2]. Сложившееся понимание, что «уровень жизни» важен не сам по себе, а в соотношении с потребностями населения. В общем виде уровень жизни страны или конкретного региона можно анализировать, например, по средней продолжительности жизни населения, величине безработицы, структурных личных потребительских расходов и потребления основных продуктов питания в калориях и т.д. Уровень жизни необходимо рассматривать во взаимосвязи с общеэкономическими показателями, связывающими общеэкономические и уровень жизни – доходами населения, потребительским спросом, торговлей, ценами, госбюджетом, кредитом. Необходимо выделять компоненты уровня жизни – определенные виды человеческих потребностей, удовлетворение которых является основной частью уровня жизни в целом (например, питание, здоровье, образование и т.д.) [3]. От уровня жизни зависит продуктивность работников, цена рабочей силы, а так же ее реализация в труде, то есть производство потребительских благ. Развитие происходит по направлению центральной обще производительности. Повышение или понижение уровня жизни населения и производительности труда неизбежно движет экономику вперед или вспять. В настоящее время эта экономическая категория не имеет смысла, поскольку более 40 млн. граждан России (30%) находится далеко за чертой бедности. При существующем уровне производства не только не может повысить планку черты бедности, но и восполнить разницу между «дном» и минимальным потребительским бюджетом.

Термин «*качество жизни*» получил широкое распространение в середине XX в. в странах с рыночной экономикой и стал доминантой перестроечных процессов в России [3]. Акцент внимания к термину «качество жизни» был связан не только со сложной ситуацией в социальной сфере, но и с постепенным осознанием того, что темпы и мас-

штабы устойчивого социально-экономического развития страны стали определяться качеством жизни различных слоев общества.

Социально-экономическая политика современного государства опирается на поддержание постоянного баланса между ее экономическим и социальным блоками. Если в рамках первого из них решаются, прежде всего, задачи макроэкономического характера, то второй – социальный блок призван обеспечивать достаточный уровень жизни населения и нормальный процесс его жизнедеятельности. Отличительной особенностью последних десятилетий является процесс «социализации» экономики, идущий не только в развитых, но и во многих развивающихся странах. Это объясняется тем, что именно качество жизни сегодня выходит на первый план в системе факторов, определяющих международную конкурентоспособность национальной экономики. Задача переноса акцента на социальную сферу в настоящее время стала весьма актуальной и для России.

Качество и уровень жизни населения – социальная структура российского общества. Повышение уровня жизни населения является главной целью любого прогрессивного общества. Государство обязано создавать благоприятные условия для долгой, безопасной и благополучной жизни людей, обеспечивая экономический рост и социальную стабильность в обществе. Анализ тенденций изменения уровня жизни населения, позволит судить, насколько эффективна социально-экономическая политика государства, и в какой степени общество справляется с поставленными задачами. В Российской Федерации, в условиях переходного периода, кризис которого привел к значительному обнищанию населения и нагнетанию социальной напряженности в обществе, мониторинг уровня жизни должен стать постоянной составляющей экономической политики на всех уровнях управления.

Социальная политика – как на федеральном, региональном, муниципальном уровнях – далеко не всегда реализуется как единое целое. Нередко отдельные социальные проблемы решаются автономно, без комплексной увязки с другими направлениями «социального регулирования». На современном этапе развития экономики России, проблемы уровня жизни населения и факторы, определяющие его динамику, становятся очень важными. От их решения во многом зависит направленность и темпы дальнейших преобразований в стране и, в конечном счете, политическая и экономическая стабильность в обществе. Решение этих проблем требует определенной политики, выработанной государством, центральным моментом которой был бы человек, его благосостояние, физическое и социальное здоровье. Преобразования, которые влекут изменение уровня жизни, вызывают большой

интерес у самых разнообразных слоев населения. Переход к рыночным отношениям, внес значительные изменения в регулирование доходов, которые и определяют благосостояние людей. Уменьшилась роль государства в этой области, расширилась самостоятельность регионов и предприятий, повысилась значимость рыночных регуляторов. Важна выработка собственной политики предприятия в области доходов, которая учитывает интересы различных групп работников и собственников, предусматривает эффективную систему занятости и вознаграждения за труд, меры по социальной защите работников и обеспечивает человеку достойную жизнь.

Поэтому, по нашему мнению, приоритетными направлениями социально-экономического развития населения любой территории должны быть:

- достижение устойчивого роста объемов реального сектора экономики; увеличение удельного веса объемов перерабатывающих отраслей промышленности;

- ограничение роста регулируемых цен на продукцию естественных монополий и тарифов на услуги жилищно-коммунального хозяйства;

- активизация работы межведомственных комиссий, рассматривающих вопросы легализации «теневого» заработка, с организацией комплексных обследований организаций;

- обеспечение роста реальных денежных доходов населения и уменьшение их дифференциации за счет повышения заработной платы в реальном и бюджетном секторах экономики и более полного учета заработной платы индивидуальных предпринимателей и работников малых предприятий;

- снижение уровня безработицы и др.

Необходимо шире использовать методы переквалификации и переобучения незанятого населения в соответствии с перспективными потребностями рынка труда; формирование бюджетных средств для оказания адресной социальной помощи; социальная поддержка и социальное обслуживание граждан, находящихся в трудной жизненной ситуации.

Список использованных источников

1. Римашевская, Н.М. Качественный потенциал населения России: взгляд в XXI век // Проблемы прогнозирования. – 2006. – № 3.

2. Рывкина, Р.В. Образ жизни населения России: социальные последствия реформ // Социологич. исследования. – 2007. – № 4. – С. 32 – 39.

3. Лига, М.Б. Качество жизни как основа социальной безопасности : монография / М.Б. Лига. – М. : Гардарики, 2006. – 223 с.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИЗМЕРЕНИЯ ИНДЕКСА РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА В РАЗНЫХ СТРАНАХ МИРА

**Гаврилов А.О., 1 курс, направление
«Проектирование и технология электронных средств»**

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

Е.В. Нижегородова

В подавляющем большинстве стран с течением времени происходит улучшение качества жизни. Это позволяет сделать заключение о том, что человеческая цивилизация идет в правильном направлении, увеличивая свой потенциал.

Количество стран относящихся к каждой из трех групп неодинаковое. Так количество стран с высоким уровнем развития человеческого потенциала равняется 57. Количество стран со средним развитием человеческого потенциала составляет 87. А количество стран с низким уровнем развития человеческого потенциала – 31. Положительно можно оценить тенденцию увеличения количества стран с высоким и средним уровнем развития человеческого потенциала и сокращения количества стран с низким уровнем развития человеческого потенциала.

Наиболее существенного прогресса в области увеличения человеческого потенциала среди стран с высоким уровнем ИРЧП (более 0,800) добились:

1. Республика Корея – 0,194.
2. Сингапур – 0,182.
3. Гонконг – 0,155.
4. Чили – 0,150.
5. Мальта – 0,140.
6. Ирландия – 0,138.
7. Мексика – 0,125.
8. Израиль – 0,120.
9. Португалия – 0,117.
10. Объединенные Арабские Эмираты – 0,115.

Наименьший прогресс в области увеличения человеческого потенциала среди стран с высоким уровнем ИРЧП происходил в таких странах как:

1. Тринидад и Тобаго – 0,052.
2. Дания – 0,067.
3. Швейцария – 0,068.
4. Барбадос – 0,073.
5. Нидерланды – 0,076.

Наиболее существенного прогресса в области увеличения человеческого потенциала среди стран со средним уровнем ИРЧП (от 0,800 до 0,500) добились:

1. Оман – 0,287.
2. Тунис – 0,239.
3. Китай – 0,230.
4. Непал – 0,230.
5. Индонезия – 0,229.
6. Египет – 0,220.
7. Алжир – 0,216.
8. Марокко – 0,202.
9. Индия – 0,190.
10. Малайзия – 0,181.
11. Сирийская Арабская Республика – 0,181.

Наименьший прогресс в области увеличения человеческого потенциала среди стран со средним уровнем ИРЧП происходил в таких странах как:

1. Зимбабве – 0,041.
2. ЮАР – 0,03.
3. Гайана – 0,042.
4. Ямайка – 0,050.
5. Венесуэла – 0,054.

Наиболее существенного прогресса в области увеличения человеческого потенциала среди стран с низким уровнем ИРЧП (менее 0,500) добились:

1. Гамбия – 0,186.
2. Сенегал – 0,147.
3. Мавритания – 0,137.
4. Нигерия – 0,135.
5. Бенин – 0,127.
6. Руанда – 0,108.
7. Мали – 0,103.
8. Мадагаскар – 0,099.
9. Бурунди – 0,093.
10. Гвинея-Бисау – 0,093.

Наименьший прогресс в области увеличения человеческого потенциала среди стран с низким уровнем ИРЧП происходил в таких странах как:

1. Замбия – 0,074.
2. Демократическая Республика Конго – 0,029.
3. Кот-д'Ивуар – 0,011.
4. Центральнаяафриканская Республика – 0,012.
5. Кения – 0,013.

Таким образом, можно сделать вывод, что наибольшего прогресса в области развития человеческого потенциала за последние 30 лет добились наименее развитые страны. В наиболее развитых странах темп роста человеческого потенциала был более низким. Это позволяет говорить о постепенном сокращении разрыва в области развития человеческого потенциала между развитым и развивающимся миром.

В тоже время в некоторых развивающихся странах положение остается не простым. В Замбии, Демократической Республике Конго, Кот-д'Ивуаре и Зимбабве наблюдалось снижение индекса развития человеческого потенциала. Особенно сильно ИРЧП снизился в Замбии на 0,074.

Помимо этого сохраняется достаточно высокая дифференциация между наиболее и наименее развитыми странами. Сопоставление позволяет сделать вывод о том, что в таких странах как: Нигер, Сьерра-Леоне, Буркина-Фасо, Мали, Чад, Гвинея-Бисау, Центральноафриканская Республика, Эфиопия, Бурунди и Мозамбик ИРЧП в 2,5 – 3,4 раза ниже чем в таких наиболее развитых странах как: Норвегия, Исландия, Австралия, Люксембург, Канада, Швеция, Швейцария, Ирландия, Бельгия и США. А в целом совокупный ИРЧП десяти наименее развитых стран (3,397) на 6,106 или в 2,8 раза ниже по сравнению с совокупным ИРЧП десяти наиболее развитых стран (9,503).

Список использованных источников

1. <http://www.hdr.undp.org>

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ РЕЗУЛЬТАТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

**Гордеев Т.Ю., аспирант кафедры
«Экономический анализ и качество»**

*Статья подготовлена под научным руководством канд. экон. наук,
доц. кафедры «Экономический анализ и качество»
Н.И. Саталкиной*

Одной из современных проблем коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности (РИД) в России является кадровая, т.е. нехватка специалистов различных направлений. Подготовку кадров для создаваемых малых инновационных предприятий (МИП) необходимо решать с участием вузов. Персонал МИП должен быть не просто высококвалифицированным в своей научной или технической области, но и обладать знаниями и навыками в области коммерциализации РИД и инновационного предпринимательства [1].

Структурные подразделения, реализующие программы переподготовки и повышения квалификации, должны вести подготовку (переподготовку) специалистов по оценке нематериальных активов и патентных поверенных. Это позволит существенно уменьшить затраты в процессе получения патентов, лицензий и свидетельств (в частности, на этапе составления заявок и проверки патентной чистоты), а также в процессе оценки объектов интеллектуальной собственности для отражения их на балансе создаваемых МИП.

Чтобы провести количественную оценку, целесообразно, прежде всего, сформировать систему показателей, отражающих уровень и качество реализуемых инноваций.

Удельная значимость всех частных показателей в общей оценке интегрального показателя определяется экспертно исходя из их влияния на формирование совокупной характеристики конкретной реализуемой инновации. Учреждения могут дополнять показатели, отражающие уровень и качество реализуемых инноваций.

При организации стимулирования участников коммерциализации РИД, прежде всего, должен быть определен удельный вес прироста прибыли от коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности, предусмотренных программой инновационного развития, который может быть направлен на премирование участников.

Практика показывает, что сумма средств на премирование по всем реализуемым инновациям, предусмотренным в программе инновационного развития, не должна, превышать половины от общего прироста прибыли, полученной в результате реализации научно-технических достижений.

При определении размеров материального стимулирования каждого участника работ по коммерциализации РИД должен учитываться его личный вклад по созданию и внедрению инновации, а также уровень творческой инициативы при реализации программы инновационного развития. Премирование производится за фактически отработанное участниками время. Время (T), затраченное j -м работником на реализацию i -й инновации в практику, устанавливается руководителем работ по проекту.

Размер материального стимулирования каждого работника, участвующего или содействующего в реализации конкретной инновации в учреждении должен определяться с учетом коэффициента участия.

Для эффективной реализации процесса коммерциализации РИД рекомендуется создавать в государственных научных и образовательных организациях систему финансовой поддержки и стимулирования МИП, созданных в рамках закона № 217-ФЗ при конкурсном финанси-

ровании проектов (программ Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере, Российского венчурного фонда и т.д.).

В государственных научных и образовательных учреждениях созданием МИП должно заниматься специальное подразделение с участием юридических и финансовых структур или следует предусмотреть специальную должность; в специальном подразделении должны работать: патентные поверенные, оценщики интеллектуальной собственности (приглашение внешнего специалиста для оценки ноу-хау нелогично), специалисты, владеющие технологическим маркетингом (подготовка бизнес-планов, привлечение инвесторов и пр.). Одним из самых эффективных и привлекательных источников финансирования МИП является венчурное инвестирование, источниками которого в форме венчурных фондов могут выступать как государство, так и представители промышленных корпораций, частные инвесторы, пенсионные и страховые компании.

Следует учитывать в объемах НИР вуза объем работ, выполненный учрежденным МИП, пропорционально доле данного вуза в уставном капитале этого общества. Эффективными мерами должны стать создание фонда целевого капитала учреждения на поддержку МИП; стимулирующие сотрудничество МИП и субъектов крупного бизнеса. Крупный бизнес может быть заинтересован в сотрудничестве с МИП из-за предоставляемых им амортизационных и налоговых льгот; пониженных ставок страховых взносов, что значительно снижает нагрузку на бизнес. Также за счет размещения своих заказов на производство отдельных узлов, комплектующих для конечной инновационной продукции у субъектов МИП крупный бизнес сможет значительно снизить совокупные издержки: новые экономические условия будут способствовать для крупного бизнеса более выгодным передачу МИП в аутсорсинг значительного комплекса производственных операций.

На региональном уровне рекомендуем включать в программы развития и поддержки МИП мероприятия, обеспечивающие содействие концентрации МИП на площадях крупных предприятий и площадях реорганизуемых промышленных зон, и направленные на создание специализированных объектов недвижимости для развития кластеров МИП. Целесообразно предусмотреть участие территориальных органов власти в создании хозяйственных обществ на правах соучредителей с целью обеспечения возможности вклада в качестве доли в уставный капитал имущества, находящегося в собственности или оперативном управлении этих органов.

Список использованных источников

1. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности : федер. закон от 02.08.2009 № 217-ФЗ.

ОЦЕНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ФАКТОРНЫХ СОСТАВЛЯЮЩИХ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА В СИСТЕМЕ ОПЕРАЦИОННОГО АУДИТА

**Гриднева М.А., аспирант кафедры
«Экономический анализ и качество»**

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

Н.И. Саталкиной

Используя функциональный подход, можно в аудите сформировать показатели, сгруппированные соответственно:

- 1) показатели качества планирования;
- 2) показатели качества анализа;
- 3) показатели качества учета;
- 4) показатели качества контроля;
- 5) показатели качества выполнения действий.

Попроцессный подход к управлению качеством требует адекватности аудитора к сложившейся системе показателей. Каждый процесс состоит из ряда операций, выполняемых персоналом, ответственность и полномочия которого определены управленческими матрицами. Поскольку в СМК вся документация построена по процессному принципу, то и оценивать СМК как структуру можно, и следует через критерии и показатели результативности процессов. Однако, как показывает практика, стандарты предприятий в этой части нуждаются в доработке, в совершенствовании. Соблюдение требований вышеназванных документов должно обеспечивать качество функционирования СМК. Поэтому, оценка ее организационной структуры сводится к оценке качества системы управления. Этот подход, как нам кажется, в операционном аудите является актуальным.

Качество СМК это комплексный показатель, определяющий возможность достижения целей и задач персоналом подразделений и зависящий от множества факторов. Причем, последние можно и желательно рассматривать применительно к конкретному процессу (или к группе взаимодействующих процессов).

На практике затруднения могут вызвать два обстоятельства:

а) выбор норматива или оптимального значения фактора;

б) установление весомости каждого фактора в совокупности факторов.

Конкретные значения перечисленных факторов определяются конкретными ситуациями, миссией и целями организации.

Например, весомость факторов качества процесса «Подготовка персонала» может выглядеть следующим образом [1]:

– удельный вес управленческого персонала и специалистов организации, имеющих высокие балы аттестации 0,25;

– количество и глубина применяемых к управлению научных подходов, принципов, методов 0,25;

– средняя образованность всего персонала СМК 0,20;

– текучесть кадров 0,15;

– уровень автоматизации СМК 0,15.

Для определения уровня качества процесса «Подготовка персонала» используем данные табл. 1, полученные в ходе аудиторской проверки, получим:

$$K_{\text{кач. проц. «подготовка персонала»}} = 0,25 \cdot 0,12/0,20 + 0,25 \cdot 5/20 + 0,20 \cdot 16/20 + 0,15 \cdot 21/12 + 0,15 \cdot 0,56/0,85 = 0,734.$$

1. Данные для расчета уровня качества процесса СМК «Подготовка персонала»

Факторы качества процесса «Подготовка персонала»	Весомость факторов	Значение факторов	
		Нормативное	Фактическое
Удельный вес управленческого персонала и специалистов организации, имеющих высокие балы аттестации	0,25	0,20	0,12
Количество и глубина применяемых к управлению научных подходов, принципов, методов	0,25	20	5
Средняя образованность всего персонала	0,20	20	16
Текучесть кадров	0,15	12	21
Уровень автоматизации	0,15	0,85	0,56

Расчет уровня качества процесса «Подготовка персонала» показал, что он ниже норматива на 26,6% (табл. 2). Все факторы качества надо улучшать. Но особо обращают на себя несоответствия в процессе, вызванные действием второго фактора. Фактическое отклонение этого фактора от нормативного значения достаточно ощутимо и на практике приводит к несоответствиям в других процессах.

Данный подход к оценке организационной структуры СМК через качество ее процессов, по нашему мнению, отвечает требованиям системности и комплексности. Результаты оценки качества отдельных процессов могут и должны синтезироваться в оценку функционирования всей системы менеджмента качества. Для этого целесообразно использовать метод ранжирования процессов СМК с определением весомости каждого из них в создании «стоимости качества».

Результаты операционного аудита в СМК используются при разработке Политики качества, ее структуризации, стратегии повышения качества продукции и качества системы управления.

Таким образом одна из задач аудита заключается в том, чтобы прогнозируемые оценки совпали с фактическими результатами. Обязательным условием проведения операционного аудита процессов СМК должна стать определенность результатов проекта. Если аудит начинают проводить раньше срока определенности, то возможны ошибочные результаты. Кроме того, не всегда, даже имея фактические результаты, удастся сравнить их с прогнозируемыми. Также сложно количественно оценить воздействие качественного фактора.

2. Данные для расчета уровня качества процессов СМК

Процессы СМК (группы взаимодействующих процессов)	Весомость процессов	Значения качества	
		Норматив*	Фактически
1. Процессы управленческой деятельности	0,28	0,94	0,69
2. Менеджмент ресурсов	0,15	0,93	0,73
3. Процессы жизненного цикла продукции	0,45	0,92	0,76
4. Мониторинг и измерения	0,12	0,94	0,89

*Нормативное значение должно быть равным 1. Однако, допустимая норма потерь, принятая в организации в размере 6 – 8% снижает норматив качества.

Список использованных источников

1. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. – М. : Эксмо, 2004.

ЭВОЛЮЦИЯ СТАНДАРТИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ В РОССИИ

**Жукова И.О., бакалавр, 2 курс,
направление «Экономика»**

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

Уровень качества продукции является важнейшим показателем всей работы предприятия. Качество продукции зависит от степени использования достижений науки и техники, совершенства конструкции и технологии, используемой при производстве этой продукции, а так же и от культуры производства, добросовестности и умения конструкторов, технологов, организаторов производства и рабочих. Систематическое улучшение качества выпускаемой продукции обеспечивает повышение эффективности производства [1].

Основа систем управления качеством на предприятиях была заложена в 1960-е гг. (табл. 1). В это время была создана саратовская система бездефектного изготовления продукции и сдачи ее с первого предъявления (система БИП), львовская система управления качеством продукции, ярославская система научной организации труда по увеличению моторесурса (система НОРМ), горьковская система «качество, надежность, ресурс с первых изделий» (система КАНАРСПИ) и др. [1].

В системе БИП не допускается каких-либо отступлений от технической документации, исполнитель предъявляет продукцию ОТК, предварительно полностью проверив ее и убедившись в отсутствии дефектов. Продукция, имеющая неисправимые дефекты, отделяется самим исполнителем и отдельно предъявляется ОТК для оформления акта о браке. При обнаружении первого же дефекта, без разбраковки продукции, ОТК передает ее исполнителю. Повторное предъявление продукции цеха, предприятия. Исполнители, стабильно сдающие продукцию с первого предъявления, получают право самоконтроля, т.е. работы с личным клеймом. Система бездефектного изготовления продукции получила широкое применение во всех отраслях промышленности нашей страны и во многих зарубежных странах.

1. Эволюция систем управления качеством в России

Название системы	Дата и место создания	Основная суть системы	Критерии управления	Объект управления	Область применения
1. БИП	1955 г. Саратов	Строгое выполнение технологических операций	<i>Единичный:</i> соответствие качества результата труда требованиям НТД. <i>Обобщенный:</i> процент сдачи продукции с первого предъявления	Качество труда индивидуального исполнителя. Качество труда коллектива через качество труда отдельных исполнителей	Производство
2. СБТ	1961 г. Львов	Высокий уровень выполнения операций всеми работниками	<i>Единичный:</i> соответствие качества результата труда установленным требованиям. <i>Обобщенный:</i> коэффициент качества труда	Качество индивидуального исполнителя. Качество труда коллектива через качество труда отдельных исполнителей	Любая стадия жизненного цикла продукции
3. КАНАР-СПИ	1958 г. Горький	Высокий уровень конструкции и технологической подготовки производства	Соответствие качества первых промышленных изделий установленным требованиям	Качество изделия и качество труда коллектива	Проектирование + технологическая подготовка производства, производство

Название системы	Дата и место создания	Основная суть системы	Критерии управления	Объект управления	Область применения
4. НОРМ	1964 г. Ярославль	Повышение технического уровня качества изделий	Соответствие достигнутого уровня моторесурса запланированному значению при ступенчатом планировании	Качество изделия и качество труда коллектива	Весь жизненный цикл продукции
5. КСУКП	1975 г. Львов	Управление качеством на базе стандартизации	Соответствие качества продукции высшим достижениям науки и техники	Качество изделия и качество труда коллектива	Весь жизненный цикл продукции
6. КСУКП и ЭИР	1980 г. Днепропетровск	Управление качеством продукции и эффективностью производства	Эффективность производства, достигаемая за счет повышения качества	Качество продукции, экономические показатели предприятия	Весь жизненный цикл продукции

Другая система управления качеством – КАНАРСПИ – была направлена на повышение уровня конструкторской и технологической подготовки производства, освоения выпуска новой продукции с запланированным уровнем качества. Основная задача системы – более тщательная конструкторско-технологическая отработка изделий в период подготовки их производства за счет развития исследовательской экспериментальных баз, повышения конструкторской и технологической

унификации. Для повышения уровня организации труда на период разработки и освоения выпуска новых изделий создавались комплексные бригады, включающие конструкторов технологов, рабочих и эксплуатационников, которые своевременно выявляли причины отказов изделий и устраняли их еще в до производственный период, так, чтобы первые же изделия соответствовали проектной документации. Система КАНАРСПИ позволила на многих предприятиях сократить сроки выпуска изделий, повысить надежность новой продукции [2].

Система НОРМ обеспечивает комплексное решение задач повышения качества продукции на стадиях как проектирования, так и эксплуатации. При отделе главного конструктора создавалось эксплуатационно-исследовательское, при отделе технического контроля – рекламационно-исследовательское бюро и сеть опорных пунктов эксплуатации. На основе обобщения опыта эксплуатации, контроля уровня моторесурса была организована работа по планомерному увеличению надежности выпускаемых изделий [2].

В ряде отраслей, в том числе в приборостроении, созданы отраслевые системы управления качеством продукции. В некоторых странах (Латвии, Белоруссии, Армении) разработаны республиканские системы, а в Краснодарском крае, Ленинградской, Днепропетровской и других областях на базе КСУКП возникли региональные системы повышения эффективности производства. КСУКП непрерывно совершенствуются с учетом специфики производства, опыта и рекомендаций науки. Много внимания уделялось проблеме автоматизации КСУКП на основе стандартов предприятия.

Комплексная система управления качеством продукции (КСУКП) представляет собой совокупность технических, организационных, экономических и социальных мероприятий, методов, нормативов и средств управления, направленных на установление, обеспечение и поддержание высокого уровня качества продукции при ее разработке, подготовке производства, изготовлении, обращении и эксплуатации. По характеру и направленности КСУКП – целевая подсистема управления предприятием, цель которой состоит в постоянном улучшении качества продукции и систематическом повышении на этой основе эффективности производства. Достижение цели обеспечивается за счет создания и освоения новых видов продукции высшей категории качества; увеличения удельного веса продукции высшей категории качества в общем объеме производства; расширения номенклатуры и ассортимента продукции; модернизации и совершенствования выпускаемой продукции; своевременного снятия с производства продукции, приближающейся к состоянию морального старения; улучшение экономических показателей деятельности предприятия.

Организационно-технической основой КСУКП служит стандартизация, и в частности стандарты предприятия, разрабатываемые в полном соответствии с государственными и отраслевыми стандартами. Стандарты предприятия по управлению качеством продукции подразделяются на основной, общие и специальные [2].

Создание на предприятии систем управления, как показывает их анализ, привело к существенному расширению задач по повышению качества выпускаемой продукции и перераспределению функций между их подразделениями и службами.

Список использованных источников

1. Всеобщее управление качеством : учебник / О.П. Глудкин, Н.М. Горбунов, А.И. Гуров, Ю.В. Зорин ; под ред. О.П. Глудкина. – М. : Горячая линия – Телеком, 2001. – 600 с.: ил.
2. Герасимова, Е.Б. Управление качеством / Е.Б. Герасимова, Б.И. Герасимов, А.Ю. Сизикин. – М. : ФОРУМ: ИНФРА-М, 2012. – 256 с.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

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

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

Планирование повышения качества продукции на предприятии должно быть основано на тщательном изучении текущего и перспективного спроса на его продукцию, анализе отзывов потребителей, проработке договоров с заказчиками. Планы повышения качества продукции должны учитывать результаты сертификации продукции, прогрессивные требования действующих стандартов и технических условий, результаты научных исследований, патентные материалы, лицензии, данные научно-технической информации, требования потребителей. На предприятии ведется прогнозирование, перспективное и текущее планирование качества продукции [1].

Планируемые задания и обязательства по повышению качества продукции должны быть согласованы с другими разделами планов предприятия, обеспечены материальными, трудовыми и финансовыми ресурсами.

Предметом планирования являются показатели, характеризующие качество изделий на всех стадиях их жизненного цикла.

Показатели находят отражение в заданиях по улучшению качества продукции; в планах выпуска продукции, технического развития

предприятия, стандартизации, научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, подготовки кадров и т.д.

Для предприятия планируемыми могут быть следующие показатели:

- уровень качества – доля выпуска продукции высшей категории качества;
- виды аттестуемой продукции, имеющие наиболее важное значение для удовлетворения потребностей населения;
- характеристики процесса изготовления продукции – процент сдачи продукции с первого предъявления, коэффициент качества, снижение процента брака, количества рекламаций, доли возврата изделий на доработку;
- эксплуатационные характеристики – производительность, грузоподъемность, скорость, надежность, долговечность, экономичность изделия и др.

Планы научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ предусматривают разработку и внедрение в производство новых изделий с высоким техническим уровнем и показателями качества, наиболее полно удовлетворяющими запросы потребителей [2].

Важнейшими задачами планирования повышения качества продукции являются:

- достижение и превышение технического уровня и качества лучших отечественных и зарубежных образцов;
- своевременная замена или снятие с производства устаревших изделий;
- обеспечение строгого соблюдения требований стандартов, технических условий и другой нормативной документации;
- изготовление продукции высшего качества; снижение материалоёмкости изделий, повышение фондоотдачи;
- рост надежности и долговечности выпускаемой продукции.

Планирование повышения качества продукции может быть перспективным (на сложную продукцию с большим производственным циклом ее изготовления), объем работ, в котором предусмотрен на несколько лет, и текущим (например, годовой план), в котором предусматривается осуществление, конкретизация и реализация заданий перспективного плана. Годовой план составляется с разбивкой по кварталам и месяцам, обсуждается на научно-техническом совете, согласовывается с главным инженером и утверждается руководителем предприятия.

Одним из основных этапов планирования повышения качества продукции на предприятии является план мероприятий по подготовке

изделий к сертификации. Для этого предприятие должно располагать необходимыми ресурсами и персоналом, способным обеспечивать стабильный выпуск качественной продукции.

Руководство предприятия должно определять требования к использованию ресурсов и выделять их в необходимом объеме, чтобы обеспечить проведение мероприятий в области повышения качества.

Такие ресурсы могут включать [3]:

- людские ресурсы и специализированный персонал;
- оборудование, необходимое для проектно-конструкторских работ и разработок;
- производственное оборудование;
- контрольное, испытательное и проверочное оборудование;
- контрольно-измерительную аппаратуру и программное обеспечение ЭВМ.

Руководство предприятия определяет необходимый уровень компетенции, классификации и подготовки персонала.

Анализируя этапы работы по улучшению качества продукции, их характеру и содержанию с точки зрения профессионального обеспечения, можно увидеть, что одна из главных причин неудач в решении данной проблемы состоит в том, что не была должным образом организована подготовка кадров по вопросам управления и обеспечения качества продукции. Необходимым является создание условий для приобретения всеми работниками глубоких знаний и устойчивых навыков по изготовлению высококачественной продукции. Японский специалист по проблемам качества продукции К. Исикава пишет: «Я не устаю повторять, что управление качеством начинается с подготовки кадров и заканчивается подготовкой кадров» [4].

Важнейшим звеном управления качеством продукции является экономическое и моральное стимулирование предприятий и конкретных исполнителей за выпуск высококачественной продукции, причем для этого используются различные показатели в зависимости от типа производства, назначения и сложности продукции.

Список использованных источников

1. Современный менеджмент: теория и практика / А.Г. Комаров, А.Р. Кудашев, А.А. Брандукова, Г.Г. Муфтиев : под ред. А.Г. Комарова, Г.Г. Муфтиева. – СПб. : Питер, 2004. – 432 с.

2. Управление качеством продукции. Инструменты и методы менеджмента качества : учебное пособие / С.В. Пономарев, С.В. Мищенко, В.Я. Белобрагин, В.А. Самородов, Б.И. Герасимов, А.В. Трофимов, С.А. Пахомова, О.С. Пономарева. – М. : Стандарты и качество, 2005. – 248 с.

3. Управление качеством промышленного предприятия / Д.В. Бастрыкин, А.И. Евсейчев, Е.В. Нижегородов, Е.К. Румянцев, А.Ю. Сизикин, О.И. Торбина ; под науч. ред. д-ра экон. наук, проф. Б.И. Герасимова. – М. : «Издательство Машиностроение-1», 2006. – 204 с.

4. Цзи, И. Формирование и развитие коммуникационных резервов повышения качества продукции промышленного предприятия : монография / И Цзи. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 120 с.

ИНТЕГРАЦИЯ КОНЦЕПЦИИ УПРАВЛЕНИЯ РМВОК В ПРОЕКТНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ SEO-КОМПАНИИ НА ПРИМЕРЕ ООО DEMIS PARTNERS

**Каверин И.И., студент 4 курса специальности
«Связи с общественностью»**

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

Свод знаний по управлению проектами РМВоК (Project Management Body of Knowledge) представляет собой сумму профессиональных знаний по управлению проектами [1]. Концепция разработана группой американских профессионалов-менеджеров и сегодня является Американским национальным стандартом.

Последняя редакция концепции имеет порядковый номер 5. Однако на момент интеграции ее в работу Demis Partners и подготовки данного материала на русский язык переведена только 4 редакция, которая и была принята за основу. Прежде всего, рассматривая копию Demis Partners в качестве примера, необходимо отметить возможность широкого делегирования полномочий благодаря наличию нескольких субподрядчиков. При этом остро встает вопрос контроля деятельности фрилансеров и организаций-партнеров. Необходимо отметить, что в силу специфики деятельности компании, а также территориальной удаленности субподрядчиков, использование традиционных концепций управления рискует не дать ожидаемых результатов.

Проблема решена путем обращения к РМВоК. Так, в соответствии с рассматриваемой концепцией, было принято решение о введении контрольных точек. Данная тактика – «золотая середина» между непрерывным контролем качества выполняемых работ и отношениям вида «заказ – результат», между существенным снижением скорости деятельности и невозможностью своевременной корректировки деятельности субподрядчика.

С введением контрольных точек случаи срыва сроков по вине субподрядчиков были сведены к минимуму, а их наличие позволило проводить корректировки действий субподрядчиков.

Введение в принципы деятельности компании концепции РМВоК позволило также скорректировать вопросы взаимодействия с заказчиком. Прежде всего, речь идет об одном из основных понятий концепции – треугольника «содержание работ – цели – сроки» [2]. При этом не только были сформированы жесткие требования к проектам и разработаны инструменты антикризисного реагирования на изменения треугольника, но и введено понятие «динамичный проект» – проект с единовременно или постоянно изменяющейся стороной или сторонами. Благодаря этому факту существенно упростилось взаимодействие с заказчиком: теперь введение изменений, соответствующих требованиям и пожеланиям клиента, даже затрагивающие «фундаментальный треугольник» проекта, не «обрушают» работу.

Внутри самой компании введена и активно используется концепция процессов и областей знаний [3]. В силу необходимости постоянного совмещения творческой и рутинной деятельности в работе любого сотрудника, упор был сделан на разграничение данных понятий. Креативный подход к областям знаний и «антикреативный» – к процессам позволил, с одной стороны, оптимизировать расход сил сотрудников, а с другой – разработать и внедрить эталонные алгоритмы рабочих действий, имеющих наивысшую результативность.

Стоит оговориться, что введение концепции РМВоК в организации Demis Partners на момент подготовки материала находится на начальной стадии. Концепция полностью проанализирована и оптимизирована под реалии и специфику фирмы, внедрение же в рабочий процесс произведено на 20 – 25% от запланированного. Тем не менее, результаты работы ощутимы уже сейчас – существенно сократилось число расторжений договоров по инициативе клиента, число проектов компании в расчете на один отдел, в среднем, возросло на 30 – 40%.

Роль трансакционных издержек в экономике нередко сравнивается с ролью трения в физике: «Подобно тому, как трение мешает движению физических объектов, распыляя энергию в форме тепла, так и трансакционные издержки препятствуют перемещению ресурсов к пользователям, для которых они представляют наибольшую ценность, «распыляя» полезность этих ресурсов по ходу экономического процесса. Подобно тому, как каждому известному физическому объекту придается такая форма, которая способствует либо минимизации трения, либо получению за счет него какого-либо полезного эффекта, так фактически и любой известный нам институт возникает как реакция на присутствие трансакционных издержек и для того, по-видимому, чтобы минимизировать их воздействие, увеличив тем самым выгоды от обмена. Экономист, игнорирующий существование трансакционных издержек, будет сталкиваться с такими же трудностями при объяснении экономического

поведения, с какими сталкивался бы физик, игнорирующий факт трения при описании движения физических объектов» [4].

Предлагаемая методика является эффективной, так как способна учитывать разного рода воздействие, обусловленное законодательством; связанное с уровнем стабильности цен; с уровнем конкуренции; характеристиками информации; транзакционными издержками на заключение контрактов; оппортунистическим поведением; поддержкой органов государственного регулирования.

Список использованных источников

1. <http://www.pmi.org/>
2. <http://stratoplan.ru/pmbok/video-list.htm>
3. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide) – Fourth Edition // 2008 Project Management Institute, 14 Campus Blvd., Newtown Square, PA 19073-3299 USA
4. Норт, Д. Институциональные изменения и функционирование экономики. – М. : Фонд экономической книги «Начала», 1997.

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ УРОВНЯ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ

**Касаткина М.В., бакалавр, 3 курс,
направление «Менеджмент»**

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

Г.Л. Поповой

Уровень жизни населения является одной из важнейших социальных категорий.

Под уровнем жизни понимаются обеспеченность населения необходимыми материальными благами и услугами, достигнутый уровень их потребления и степень удовлетворения рациональных потребностей [1].

Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата является одной из основных категорий уровня жизни населения. Проведем детальный анализ распределения среднемесячной номинальной заработной платы за 2011 г. [2].

На основе исследования выделено четыре группы по среднемесячной заработной плате (табл. 1).

Проанализировав полученные данные можно сделать вывод, что большее число заработных плат по видам деятельности приходится на один интервал и включает восемь видов деятельности.

1. Группировка среднемесячных заработных плат различных видов деятельности в 2011 г.

№	Группы среднемесячных номинальных заработных плат различных видов экономической деятельности по 2011 г.	Количество видов деятельности	Виды деятельности, входящие в группу	Удельный вес, %
1	7389,4 – 13344,575	8	Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство, рыболовство и рыбоводство, оптовая и розничная торговля, гостиницы и рестораны, операции с недвижимым имуществом, образование, здравоохранение и предоставление социальных услуг, предоставление прочих коммунальных, социальных и личных услуг	52,8
2	13344,575 – 19299,75	3	Добыча полезных ископаемых, обрабатывающие производства, строительство	19,98
3	19299,75 – 25254,925	3	Производство и распределение электроэнергии, газа и воды, транспорт и связь, государственное управление и обеспечение военной и социальной безопасности	19,98
4	25254,925 – 31210,1	1	Финансовая деятельность	6,66
ИТОГО		15		100

Мода – значение признака, наиболее часто встречающееся в исследуемой совокупности. Модальным интервалом, в данном случае, является интервал 1, так как он имеет наибольшую частоту. Мода составляет 11054,1 р.

Медиана – значение признака, приходящееся на середину ранжированной совокупности. Медиана составляет 12972,38 р., т.е. середина ранжированного интервала совпадает с первым интервалом.

Оценив базисные и цепные темпы роста и темпы прироста с 2003 по 2011 гг., можно сделать вывод, что наибольшее отклонение в 30% наблюдается в 2008 г., в 2009 и 2010 гг. наблюдается резкий спадчисления среднемесячной заработной платы (с 30 до 8%). В целом, с 2003 г. заработная плата выросла на 332,6%, т.е. на 10989,3 р.

По данным за период с 2003 по 2011 гг. было построено уравнение регрессии вида:

$$\bar{Y}_t = a_0 + a_1 \cdot t.$$

Получим уравнение регрессии вида:

$$\bar{Y}(t) = 1146,7 + 1446,6t.$$

Параметры уравнения регрессии являются значимыми на основе оценки t -критерия Стьюдента. Так как $t_{\text{расч}} > t_{\text{табл.}}$, ($342,04 > 2,365$), то параметр a_0 признаем значимым. Параметр a_1 так же значим, так как $t_{\text{расч}} > t_{\text{табл.}}$, ($1113,25 > 2,365$).

Результаты оценки значимости уравнения регрессии на основе F -критерия Фишера позволили определить уравнение регрессии как статистически значимое, так как $F_{\text{расч}} > F_{\text{табл}}$ ($1258742 > 5,59$).

Рассчитанные теоретические (полученные по уравнению регрессии) значения результативного признака, нанесем на график (рис. 1).



Рис. 1. Сравнение значений уравнения регрессии с исходными данными, р.

Из уравнения регрессии следует, что каждый год среднемесячная номинальная заработная плата работников всех видов деятельности в среднем растет на 1446,6 р.

Согласно прогнозу, в 2013 г. ожидается размер среднемесячной заработной платы 15612,7 р., а в 2014 г. – 17059,3 р.

Список использованных источников

1. Социальная статистика : учебник / под ред. чл.-кор. РАН И.И. Елисеевой. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 480 с.:ил.
2. <http://tmb.gks.ru:8085/default.aspx>
3. Теория статистики : учебник / Р.А. Шмойлова, В.Г. Минашкин, Н.А. Садовникова, Е.Б. Шувалова ; под ред. Р.А. Шмойловой. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 656 с.: ил.

СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО В ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ: АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ И ПРОГНОЗ

**Козловская А.В., студентка 3 курс,
специальность «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»**

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

Г.Л. Поповой

В настоящее время развитию сельского хозяйства уделяется большое внимание. Улучшаются условия для животноводства, увеличивают посевные площади, а так же применяют современные технологии для облегчения труда работников, занятых в сельском хозяйстве.

В Тамбовской области сельскому хозяйству уделяется не малое внимание, потому что географическое положение области благоприятно для развития хозяйственной деятельности. Регион расположен в лесостепной зоне с умеренно теплым климатом. Главное богатство региона, его огромный природный потенциал – это его исключительно плодородные черноземные почвы богатые гумусом.

По итогам 2011 г. стоимость валовой продукции сельского хозяйства составила 50,8 млрд. р., объем отгруженной продукции перерабатывающей промышленности составил 43,7 млрд. р. (табл. 1). Индекс стоимости валовой продукции сельского хозяйства к 2010 г. 164,3%, в том числе продукции растениеводства – 209,4%, продукции животноводства – 103,0%, перерабатывающей промышленности – 116,1%.

**1. Валовая продукция сельского хозяйства, в том числе:
растениеводства и животноводства
(в фактических ценах; млрд. р.).**

	1995	2000	2005	2007	2008	2009	2010
Продукция сельского хозяйства	2,88	8,80	18,45	28,28	35,55	37,38	36,95
в том числе:							
растениеводства	1,71	5,21	11,30	19,56	25,36	24,66	21,80
животноводства	1,17	3,59	7,15	8,72	10,19	12,72	15,15

В Тамбовской области особое внимание уделяется стимулированию развития малых форм хозяйствования. В области насчитывается 270,0 тыс. личных подсобных хозяйств граждан, 2512 крестьянских (фермерских) хозяйств. В связи с этим ставится задача не только повышения объема производства в данной категории хозяйств, но и социальные задачи – снижение уровня безработицы, а также обеспечение самозанятости сельских жителей.

Значительный рост производства в 2011 г. по всем видам продукции позволил не только перекрыть результаты неблагоприятного 2010 г., но и нарастить ежегодные темпы роста производства продукции сельского хозяйства в Тамбовской области [2].

Изучим структуру продукции сельского хозяйства на примере продукции растениеводства и животноводства. Рассмотрим данные за ряд лет [1].

В Тамбовской области в период с 1995 года по 2010 продукция растениеводства в сельском хозяйстве выросла на 58,96%, а животноводства – на 41,04%, что в абсолютных показателях составило 20083,6 млн.руб. и 13977,1 млн.руб., соответственно.

На рис. 1 представлен график продукции растениеводства и животноводства за 1995 – 2010 гг.

В период с 1995 по 2000 гг. наблюдался рост продукции животноводства на 0,2%, а объемы продукции растениеводства сократились на 0,2%. В период с 2000 по 2008 гг. продукция растениеводства возрастает на 12,1%, а объемы продукции животноводства сокращается. В последующие годы тенденции изменили свой характер на противоположные. С 2008 по 2010 гг. продукция животноводства возрастает, а объемы продукции растениеводства снижаются на 12,31%.

На основе данных по валовой продукции сельского хозяйства за период с 2002 по 2010 гг. были получены прогнозные значения на 2011 – 2013 гг. (рис. 2).

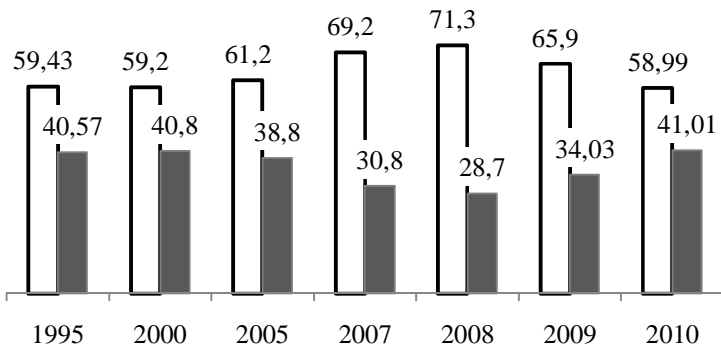


Рис. 1. Динамика структуры сельскохозяйственной продукции растениеводства и животноводства, %

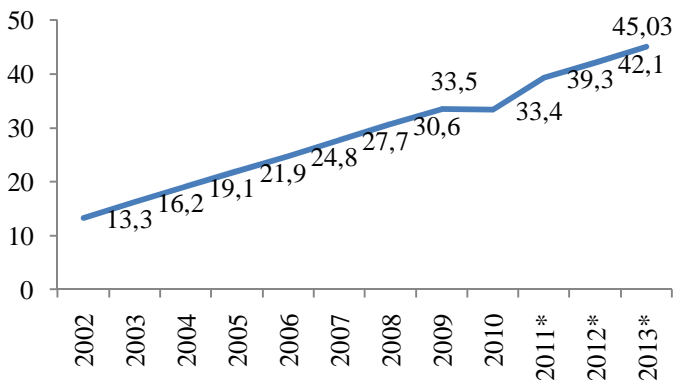


Рис. 2. Динамика объемов валовой продукция сельского хозяйства и прогноз (с 2011 по 2013 гг.), млрд. р.

Расчет прогнозных значений был произведен на основе линейного уравнения регрессии вида [3, 4]:

$$\hat{Y} = 10,389 + 2,887t.$$

Согласно полученной модели валовая продукция сельского хозяйства по прогнозу на 2011 г. составит 39,3 млрд. р., на 2012 г. – 42,1 млрд. р., на 2013 г. – 45,03 млрд. р.

Валовая продукция сельского хозяйства по прогнозу на 2011 г. больше валовой продукции в 2002 г. в 2,8 раз. В последующие годы

согласно прогнозу, должен был наблюдаться рост анализируемого показателя. Увеличение валовой продукции сельского хозяйства, влечет за собой увеличение прибыли от реализованной продукции, что в свою очередь позволит внедрить инновационные технологии и укрепить материально-технологическую базу производства, повысить заработную плату работникам села и повысить тем самым качество жизни на селе.

Список использованных источников

1. Федеральная служба государственной статистики. – URL: www.gks.ru
2. Электронная энциклопедия «Википедия». – URL: <http://ru.wikipedia.org>
3. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Тамбовской области. – URL: tmb.gks.ru
4. Статистический ежегодник. – Тамбов, 2011.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА: СУЩНОСТЬ, ЦЕЛИ, ФУНКЦИИ И МЕТОДЫ

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

Термин *«стратегическое управление»* выражает процесс определения и установления связи организации с ее окружением, который состоит в реализации выбранных целей и в попытках достичь желаемого состояния взаимоотношений с окружением посредством оптимального распределения ресурсов в пространственно-временном поле.

Таким образом, можно сказать, что стратегическое управление означает управление в соответствии с выбранной стратегией развития. В качестве субъекта управления может выступать любая система или организация – от отдельного предприятия до государства в целом. Разработка стратегии является одной из функций менеджмента. Удачная стратегия и ее умелая реализация – признаки совершенного управления.

Стратегическое управление развитием экономики региона. Управление развитием региона имеет ряд характерных особенностей. В первую очередь, они обусловлены тем, что это управление именно развитием. В рамках управления любым объектом управление развитием в отличие от управления функционированием выделяется в относительно самостоятельные действия. Необходимо отметить, что менеджмент развития учитывает меняющиеся внешние условия, постоянно ориентируется на цели развития и имеет *стратегический характер*.

Развитие региона. Развитие любого объекта – это особый вид изменений, отличающийся необратимостью и качественными преобразованиями, приводящими к возникновению его нового состояния. Исходя из этого, развитие региона можно представить как комплексный

процесс изменений его экономической, социальной, экологической, пространственной, политической и духовной сфер, приводящий к их качественным преобразованиям и, в конечном счете, к изменениям условий жизни самого человека.

Развитие бывает или *экстенсивным*, т.е. проявлением и увеличением уже имеющегося, или *интенсивным*, т.е. возникновением качественно новых форм. С другой стороны, развитие бывает или *экзогенным*, т.е. ненастоящим, неподлинным развитием, определенным только извне, окружающим миром, или *эндогенным*, т.е. настоящим развитием, источник которого находится внутри самого развивающегося объекта. Такая форма развития есть процесс перехода в новое качество.

Развитие имеет направленность, определяемую целью или системой целей. Если эта направленность положительная, то говорит о процессе, если отрицательная, то о регрессии, или о деградации.

Развитие региона является прогрессивным, если оно проявляется в увеличении общественного богатства, создании благоприятных условий жизнедеятельности населения, гармоничном развитии человека, природы, производства, общества и государства. Развитие региона – многоаспектный процесс, рассматриваемый с точки зрения не только экономических целей, но и различных социальных. Это обусловлено тем, что социальные, человеческие последствия проводимых реформ становятся все более критическими.

В последние десятилетия широкое распространение и признание получила концепция *устойчивого развития региона*. Понятие «устойчивое развитие» (sustainable development), а в более точном переводе «продолжительное» или «воспроизводящееся развитие», берет свое начало из лесного хозяйства и обозначает такую форму использования лесных ресурсов, при которой в лесу вырубается столько деревьев, сколько потом вырастает, т.е., что состав леса ни уменьшается, ни изменяется по своей структуре [1].

В 1979 г. на симпозиуме ООН это понятие было употреблено в совершенно новом смысле. По отношению к мировому развитию оно должно было стать аналогом лесохозяйственного понятия «устойчивый» (продолжительный, воспроизводящий). Конференция ООН по окружающей среде и развитию в июне 1992 года поставила перед мировым сообществом задачу выработки общемировой стратегии «устойчивого развития» в качестве альтернативы «концу света».²

В документах «Earthsummit» в Рио понятие устойчивого развития включает в себя:

– признание того, что в центре внимания находятся люди, которые имеют право на жизнь в гармонии с природой (п. 1);

– охрана окружающей среды должна стать неотъемлемой компонентой процесса развития и не может рассматриваться в отрыве от него (п. 4);

– право на развитие должно реализовываться таким образом, чтобы в равной мере обеспечить удовлетворение потребностей в развитии и сохранении окружающей среды как нынешнего, так и будущего поколений (п. 3);

– уменьшение разрыва в уровне жизни народов мира, искоренение бедности и нищеты (п. 5).

Всестороннее обоснование концепции устойчивого развития и устойчивого развития экономики региона позволяет раскрыть содержание этого качества (экономическое, социальное, институциональное и др.), а также, соответственно, его потенциал и алгоритм наилучшего использования и т.п.

Научная концепция устойчивости и устойчивого развития регионов России должна включать:

– теоретическое представление об устойчивости как универсальном свойстве социально-экономических систем, заключающемся в их способности выполнять свои функции в условиях негативного воздействия – в определенных пределах по силе и времени – внешних и внутренних факторов, а также активно адаптироваться к позитивным изменениям;

– указания на то, что истоки этого качества кроются в объективном существовании разнообразных пропорций, это можно рассматривать как специфический ресурс, имеющий определенный потенциал, соответствующим образом воспроизводимым, в особых формах проявляющийся и используемый;

– выделение устойчивого развития экономики региона в качестве специфического объекта управления в рыночной модели хозяйствования;

– критерии и индикаторы устойчивого развития, а также обоснованные цели и задачи управления для регионов разных типов развития;

– обобщение выводов о перспективных методах стабилизационной деятельности федерального центра, субъектов Российской Федерации, структур местного самоуправления, а также путей оптимизации внутренних и внешних экономических пропорций;

– обоснование путей преодоления методологических барьеров, возникших в связи с:

а) тенденциями абсолютизировать экологическое содержание устойчивости и устойчивого развития;

б) сохранением во многом абстрактных воззрений на проблему устойчивости территориальных социально-экономических систем, сложившихся под воздействием более синергетики, чем практики региональной организации;

в) указание на наиболее значимые факторы нарушения устойчивого развития экономики региона.

Для обеспечения общих подходов по оценке продвижения страны к достижению целей устойчивого развития в рамках ООН были разработаны рекомендации по индикаторам устойчивого развития.

Индикаторы подразделены на три группы: социальные, экономические и экологические. Кроме того, в базовый набор показателей включаются также организационные индексы. Каждая группа индикаторов предназначена для определения перечня ориентиров.

Базовый набор показателей устойчивого развития включает три группы: индикаторы тенденций, индикаторы текущего состояния и индикаторы корректирующих действий. Таким образом, каждому ориентиру устойчивого развития соответствуют индикаторы трех групп.

За прошедшие десятилетия узкоспециальный термин «устойчивое развитие» трансформировался в политико-экономическое глобальное понятие.

Теория экономического развития стран и регионов достаточно подробно разработана в мировой экономической литературе, и многие ее положения применимы для России. Особенность развития российских регионов состоит в том, что в нем проявляются разнонаправленные тенденции. С одной стороны, разрушается обрабатывающая промышленность, в которой происходит производство основной добавленной стоимости, разрушается производственный аппарат, увеличивается доля добывающей промышленности. С другой стороны, растет сфера нематериального производства, расширяется рыночная инфраструктура, что говорит о позитивных тенденциях развития.

Цели стратегического управления развитием экономики региона. Любая региональная система управления развитием экономики должна создавать необходимые условия достойной жизни в данном регионе, быть привязана к конкретным условиям данного региона через социально-экономические проекты и целевые программы их практической реализации.

Функции стратегического управления развитием региона. Стратегическое управление регионом реализуется через свои основные функции:

– *планирование и прогнозирование* в управлении регионом обычно исходят из целей, устанавливаемых федеральными органами власти, а также населением региона на основе демократического выбора;

– *организация регионального управления*, как правило, имеет иерархическую структуру и соответствующие этой иерархии управленческие процедуры;

– *мотивация* основывается на материальных и моральных стимулах (престиж, стабильность, патриотизм);

– *контроль и оценка* результатов в рамках регионального управления осуществляется федеральными органами власти и одновременно населением региона непосредственно с помощью средств массовой информации и общественных организаций;

– *разработка стратегии* является одной из основных функций управления.

Задача менеджера по созданию и реализации стратегии состоит из следующих частей.

1. Определение целей и формирование стратегических направлений развития.

2. Превращение общих целей в конкретные направления работы.

3. Умелая реализация выбранного плана для достижения желаемых показателей.

4. Эффективная реализация выбранной стратегии.

5. Оценка проделанной работы, анализ ситуации на рынке, внесение корректив в долгосрочные основные направления деятельности, в цели, в стратегии или в ее осуществление в свете приобретенного опыта, изменившихся условий новых идей или новых возможностей.

Методы стратегического управления развитием экономики региона. Управление экономическим развитием должно учитывать современные тенденции, проявляющиеся при переходе к постиндустриальному обществу. Управленческая деятельность региональной администрации, направленная на социально-экономическое развитие региона, строится на использовании следующих современных *методов стратегического управления*:

– методы стратегического планирования;

– инструментарии региональной промышленной политики;

- инструментарии региональной инвестиционной политики;
- приемы регионального маркетинга.

Стратегическое планирование. Цикл стратегического планирования экономического развития региона можно представить в следующем виде:

- определение целей развития;
- анализ внешней среды развития региона;
- определение сильных и слабых сторон региона;
- использование имеющихся и создание новых местных преимуществ;
- разработка концепции развития;
- разработка плана конкретных действий и осуществление стратегии;
- анализ эффективности и результативности, корректировка целей и методов их достижения.

Таким образом, стратегическое управление развитием экономики региона направлено на институциональные преобразования, реструктуризацию экономики, привлечение инвестиций, повышение профессиональной и социальной компетенции кадров, а также творческий и инновационный потенциал всего населения. В качестве параметров стратегического управления экономикой региона предполагаются:

- интенсификации хозяйственной деятельности;
- восприимчивость к научно-техническим нововведениям, к постоянно меняющимся потребностям внутреннего и внешнего рынка;
- совершенствование внутриотраслевых, межотраслевых и отраслевых пропорций и связей;
- рационализация межрегиональных и международных интеграционных процессов;
- повышение уровня самофинансирования для реализации целей стратегического управления;
- интеллектуализация управленческих решений;
- высокое качество «человеческого капитала»;
- высокая выполняемость управленческих решений.

Список использованных источников

1. Batzing, W. Nachhaltigkeit auf Grund sozialer Verantwortung // Neue Züricher Zeitung. – 1993. – N 54. – S. 21.
2. Конференция ООН по окружающей среде и развитию : информационный обзор (Рио-де Жанейро, июнь 1992 г.). – Новосибирск : СО РАН, 1992. – С. 5.

ДЕКОМПОЗИЦИЯ КАК МЕТОД ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

Лавренченко М.А., студентка 4-го курса,
специальность «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

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

Н.И. Саталкиной

В современных условиях менеджмент качества не ограничивается какими-то конкретными рамками, а сами процессы системы менеджмента качества (СМК) следует рассматривать как бизнес-процессы. Применительно к СМК можно говорить о цепочке создания стоимости качества. Поскольку именно качество становится результатом бизнеса.

Схема декомпозиции, как утверждают М.В.Мельник и В.Г. Когденко [1], должна отвечать определенным требованиям. Проецируя эти требования на систему менеджмента качества, мы считаем, что они должны быть следующими:

1) комплексно характеризовать всю цепочку создания стоимости качества, т.е. все процессы СМК («Менеджмент ресурсов», «Процессы управленческой деятельности»; «Проектирование и разработка»; «Мониторинг и измерение результатов»);

2) базироваться на данных управленческой отчетности, формируемой в рамках СМК и в то же время быть универсальной, т.е. не зависимой от отраслевой принадлежности, размера предприятия и его организационно-правовой формы;

3) включать несколько уровней декомпозиции и возможно большее число агрегированных показателей, сбалансированных в модели самодиагностики. В СМК каждая категория области – цели/результаты – характеризуется специфическими показателями, которые выступают в качестве ориентиров при принятии решений и критериев эффективности деятельности каждого процесса.

Для построения схемы декомпозиции в СМК можно, к примеру, использовать модель самодиагностики, предложенную Т. Конти [2]. На основе ее и с учетом вышеперечисленных требований формируются показатели для каждой категории области результатов. Результаты характеризуют результативность деятельности хозяйствующих субъектов.

Для использования в анализе результативности СМК приема «декомпозиция» нам представляется необходимым, во-первых, выбрать

метод измерений, а, во-вторых, проиндексировать компоненты в области «цели/результаты» модели самодиагностики.

Для измерения результативности СМК зачастую применяются лишь модели типа «эффект/затраты», в которых акцент делается на выявление экономических результатов.

Однако это не согласуется с требованиями стандартов ISO серии 9000 и методологией TQM, так как цели функционирования СМК не сводятся только к достижению положительных результатов в финансово-экономической сфере, но затрагивают такие аспекты, как «персонал», «потребители», «собственники бизнеса», «внутренние процессы организации» и др. Поэтому, при измерении результативности СМК целесообразно использовать подход, позволяющий учесть соответствующие стороны деятельности организации.

Показатели результативности – это отображение реализуемых в СМК действий, выбранных в процессе принятия решений. Любое вновь принятое решение и соответственно изменение множества реализуемых действий находит отражение в динамике соответствующих показателей результативности. Именно поэтому предлагается в качестве признака упорядочения показателей использовать величины их динамики, т. е. темпы роста.

В соответствии с предлагаемым подходом вся совокупность ключевых показателей в рамках СМК преобразуется из абсолютных значений в относительные, а именно – в цепные темпы роста данных показателей. В этом заключается «динамическая» компонента модели, т. е. при измерении результативности СМК акцент делается на величине приращения данного показателя, а не на его достигнутом абсолютном уровне. Кроме того, это позволяет произвести «свертывание» разно-размерных показателей.

Представим обобщенную оценку результативности СМК через коэффициенты корреляции по отклонениям и инверсиям, формула:

$$P = [(1 + K_{\text{откл.}}) (1 + K_{\text{инв.}})] / 4.$$

Первая ступень декомпозиции: результативность представляется в виде двух факторов: величины коэффициента по отклонениям (ранговой корреляции по Спирмену) и коэффициента по инверсиям (ранговой корреляции по Кендаллу). Поскольку результативность СМК характеризуется уровнем достижения целей, то коэффициенты корреляции рассчитываются по шести категориям модели самодиагностики: цели /результаты. В качестве эталонных рангов принимаются весовые коэффициенты из этой модели. Показатели-цели формируются по дан-

ным плановых мероприятий, по нормативным данным (при наличии таковых) или данным лучших предприятий в отрасли (лидера-конкурента). Показатели-результаты берутся из отчетных данных.

Оценка результативности, полученная на основании двух оценок корреляции (по отклонениям и по инверсиям), меняется в диапазоне от 0 до 1. Совпадение фактического и заданного в динамическом нормативе порядка показателей свидетельствует о наивысшем уровне реализации целей СМК.

На втором уровне декомпозиции обобщенная оценка результативности дезагрегируется на показатели, характеризующие степень реализации поставленных целей в каждой категории модели самодиагностики.

К примеру, компонентами удовлетворения потребителей как категории одной из блока модели самодиагностики являются: предпродажное обслуживание; продукция; послепродажное обслуживание; консультирование и обучение; администрирование; относительное качество. Соответственно в аналитическую модель результативности СМК включаем индекс предпродажного обслуживания, индекс качества и т.д. Числителями в индексах служат результаты обследования удовлетворенности потребителей по каждому компоненту, а в знаменателе отражаются результаты удовлетворенности потребителей, рассчитанные самой организацией.

На этом уровне декомпозиции индекс удовлетворения потребителей ($I_{\text{удов.потр.}}$) выражается многофакторной мультипликативной моделью, имеющий следующий вид:

$$I_{\text{удов.потр.}} = I_{\text{пред.обсл.}} \cdot I_{\text{кач.прод.}} \cdot I_{\text{послепр.обсл.}} \cdot I_{\text{обуч. и консул.}} \cdot I_{\text{админ.}} \cdot I_{\text{относ.кач.}}$$

где $I_{\text{пред.обсл.}}$ – показатель предпродажного обслуживания; $I_{\text{кач.прод.}}$ – показатель качества продукции; $I_{\text{послепр.обсл.}}$ – показатель послепродажного обслуживания; $I_{\text{обуч. и консул.}}$ – показатель обучения потребителей и консультирования; $I_{\text{админ.}}$ – показатель администрирования; $I_{\text{относ.кач.}}$ – показатель относительного качества.

Уровень и динамика этих показателей зависит от эффективности функционирования всех процессов СМК.

На втором уровне декомпозиции каждый из индексов по возможности дезагрегируется на показатели, позволяющие выявлять зоны неудовлетворенности потребителей.

Так, для оценки влияния качества предпродажного обслуживания на уровень удовлетворенности потребителей индекс предпродажного обслуживания целесообразно представить аддитивной моделью, так

как результативный показатель – качество предпродажного обслуживания – представляет собой алгебраическую сумму нескольких факторных показателей:

$$P_{\text{пред.обсл.}} = \sum x_i = x_1 + x_2 + \dots + x_n.$$

Для расчета $P_{\text{пред.обсл.}}$ рекомендуется использовать балльный метод, так как собранная информация в виде мнений людей из коммерческих и технических служб, непосредственно контактирующих с потребителями, а также связанных с потребителями при решении отдельных вопросов; мнения самих потребителей, как негативные, так и позитивные зачастую не поддаются количественному измерению. Поэтому, каждая характеристика предпродажного обслуживания, включенная в потребительскую оценку имеет заранее обусловленные баллы, например, ответы ранжируются по пятибалльной шкале:

5 – абсолютно удовлетворен;

4 – удовлетворен;

3 – частично удовлетворен, а частично не удовлетворен;

2 – не удовлетворен;

1 – абсолютно не удовлетворен.

В числителе индекса записывается сумма набранных баллов, выставленных потребителями, а в знаменателе – сумма баллов, выставленных самой себе соответствующей службой организации или сумма баллов, выставленных потребителями в предыдущий период.

Дальнейшая декомпозиция продолжается до тех пор, пока возможно дезагрегирование показателей, включенных в модель результативности СМК. Соответственно строятся третьи, четвертые и т.д. уровни декомпозиции.

Таким образом, дедуктивный подход в экономическом анализе СМК позволяет, с одной стороны, выявить влияние факторов- категории: цели/результаты модели самодиагностики на общую результативность системы, и далее по разработанным схемам декомпозиции – влияние факторов внутри каждой категории на ее результат, а, с другой стороны, обеспечить возможность проведения прогнозного анализа, направленного на диагностику проблемных зон в организации.

Список использованных источников

1. Мельник, М.В. Концепция экономического анализа, ориентированного на оценку цепочки создания стоимости / М.В. Мельник, В.Г. Когденко // Экономический анализ: теория и практика. – № 7(172). – 2010.

2. Конти, Т. Самооценка в организациях. – М. : Стандарты и качество, 2000.

АНАЛИЗ УРОВНЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПО ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Ле Тхи Хонг Тхуи, студентка, 4 курс,
специальность « Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

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

Т.М. Коноваловой

Для стабилизации положения в экономике и последующего экономического роста в каждом регионе необходима активизация инвестиционной деятельности, мобилизация инвестиций в реальный сектор экономики и их эффективное использование.

Инвестиционная активность есть развитие и интенсивность инвестиционной деятельности в регионе, характеризующиеся объемом и темпами привлечения инвестиций в основной капитал региона

Для повышения инвестиционной активности необходимы определенные макроэкономические условия и предпосылки. Факторы, влияющие на инвестиционную активность и ее показатели, представлены на рис. 1.



Рис. 1. Факторы и показатели инвестиционной активности

Переходя к вопросу об измерении инвестиционной активности, отметим, прежде всего, что инвестиционная активность региона представляет собой интенсивность привлечения инвестиций в основной капитал (капитальных вложений) региона, которая измеряется, по крайней мере, двумя частными индикаторами:

- 1) душевой объем инвестиций;
- 2) темпы роста инвестиций в регионе.

При этом принимается во внимание, что душевой объем инвестиций сам по себе еще недостаточно полно характеризует уровень инвестиционной активности в регионе.

Дело в том, что и душевой, и абсолютный объемы капитальных вложений в регионе в большой мере определяются отраслевой структурой экономики региона и дифференциацией удельной капиталоемкости продукции разных отраслей.

Из табл. 1 можно охарактеризовать инвестиционную активность Тамбовской области.

В Тамбовской области душевые инвестиции (за вычетом финансируемых из федерального бюджета) составили в 2010 г. 2874 р., темп роста объема инвестиций по отношению к 2009 г. составил 142%, а по Российской Федерации в целом (также без инвестиций, финансируемых из федерального бюджета) соответственно 5725 р. и 99%. Уровень

1. Оценка инвестиционной активности Тамбовской области за 2008 – 2010 гг.

Год	Численность населения, тыс. чел.	Капитальные вложения в основные фонды, тыс. р.	Субсидии капитального характера из ФБ, тыс. р.	Доля субсидий капитального характера из ФБ в общем объеме капитальных вложений, %	Капитальные вложения с учетом субсидий на 1 жителя, р.	Капитальные вложения с учетом субсидий на 1 жителя, р.	Уровень инвестиционной активности, р.
2007	1106	3 500 662	110 593	3	3 390 069	3605	–
2008	1097	2 969 920	1 094 329	37	1 875 591	1710	0,37
2009	1089	3 527 970	1 339 120	38	2 188 851	2010	0,97
2010	1084,7	4 101 090	983 358	24	3 117 733	2874	0,97

инвестиционной активности по данной области выражается величиной $(2,874/5,725 + 1,42/0,99) : 2 = 0,97$. Это означает, что инвестиционная активность в Тамбовской области составляет 97% от среднероссийского уровня.

По данным Тамбовстата, в 2011 г. в области сохранился благоприятный инвестиционный климат и обеспечен прирост инвестиций в основной капитал к 2010 г. на 15,1%. На развитие экономики и социальной сферы области организациями всех форм собственности в истекшем году использовано за счет всех источников финансирования, по предварительным данным, 65 601 000 р. инвестиций в основной капитал.

Повышение инвестиционной активности предприятий является фактором такой составляющей развития страны, как экономический рост. Свое выражение экономический рост находит в увеличении валового внутреннего продукта, совершенствовании технологической структуры производства, росте уровня и качества жизни населения.

Одно из условий повышения инвестиционной активности – развитая инвестиционная инфраструктура. К проблемам ее развития можно отнести:

- совершенствование систем отбора, сопровождения, реализации инвестиционных проектов в финансово-кредитных структурах;
- активизацию и расширение фондового рынка;
- создание механизма привлечения средств физических лиц для целей инвестирования (инвестиционные клубы, международные финансовые центры и т.п.);
- снижение уровня транзакционных затрат;
- создание предприятий и вовлечение их в инвестиционные процессы как участников, а не просителей.

Список использованных источников

1. http://www.a-econom.com/press_center/ananlitics?show_id=10807
2. http://www.vestitambov.ru/?new_id=12689

БЫТЬ УМНЫМ ВЫГОДНО

**Пальцева Е.С., студентка, 4 курс,
специальность «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»**

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

О том факте, что быть умным выгодно, необходимо помнить всегда. Начнем с того, что знания школьников влияют на результаты сдаваемых ими единых государственных экзаменов, которые в свою оче-

редь определяют формат поступления выпускников в высшие учебные заведения: на бюджетной или коммерческой (платной) основе.

При зачислении на бюджетную форму обучения в университете начисляется обычная стипендия за обучение на «хорошо» и «отлично», либо повышенная – за обучение на «отлично». В Тамбовском государственном техническом университете (ТГТУ) это составляет соответственно 1200 и 1500 р.

В ТГТУ абитуриенты при поступлении имеют возможность подать документы на второе параллельное образование в Центре подготовки международных специалистов. Обучение осуществляется на нескольких иностранных языках (преимущественно на английском), и срок обучения составляет 5 лет. Стипендия по направлению двуязычной подготовки выплачивается в размере 50% от основной стипендии за обучение на «хорошо», 100% – за обучение на «хорошо» и «отлично», 200% – за обучение на «отлично».

Помимо данных поощрений в ФГБОУ ВПО «ТГТУ» учреждены две повышенные стипендии за высокие результаты в учебной, научно-исследовательской, общественной, творческой и спортивной жизни ВУЗа. Стипендия им. Власова, к примеру, назначается за издание научных статей и участие в научных конференциях. Стипендию им. Полянского можно получить за активную деятельность при условии отличной успеваемости на протяжении четырех семестров. Данные стипендии установлены на уровне 3300 р. Их назначение исключает возможность получения обычной и повышенной стипендий.

Студент бюджетной формы обучения может взять на себя обязанности старосты группы. В этом случае, надбавка составит 600 р.

С сентября 2011 г. из федерального бюджета выделяются средства, которые идут на поощрение особо активных студентов. Это касается участия в научной деятельности университета, играх КВН, фестивалях «Студенческая весна», различных спортивных соревнованиях и прочих достижений в период обучения. Адресная премия, как прибавка к основной, для студентов 1 и 2 курсов составляет 4500 р., 3 и 4 курсов – 5500 р., 5 и 6 курсов – 6600 р.

Осуществив необходимые расчеты, можно объективно утверждать, что возможный доход всесторонне развитого студента бюджетной формы обучения в месяц составляет около 10 000 р.

В целом складывается положительная ситуация: студент может заработать на учебе. Но так как это требует больших физических, моральных и, главное, умственных усилий, число данных студентов очень мало. К тому же, их становится еще меньше в связи с ежегодным сокращением бюджетных мест, к которым привязаны все стипендии, премии и поощрения. Это легко подтвердить на примере данных табл. 1.

1. Информация о студентах экономического факультета очной формы обучения

Количество студентов-бюджетников, получающих стипендию	I семестр 2011– 2012 гг.	II семестр 2011– 2012 гг.	I семестр 2012– 2013 гг.
Академическая (обучение на «хорошо» и «отлично» и только «хорошо»),	390	358	215
в том числе:			
– надбавки (старосты)	47	43	19
– стипендию ЦПМС	51	54	36
– адресную стипендию	40	37	23
– стипендию им. В.В. Власова	5	5	5
– стипендию им. Ф.С. Полянского	4	4	4

За рассматриваемый период количество студентов-бюджетников, получающих академическую стипендию, снизилось на 45%, т.е. резко уменьшилось количество бюджетных мест. Как следствие, наблюдается снижение всех составляющих. На это главным образом повлияла ситуация II семестра 2011–2012 гг.: темп снижения составил 40%. Произошедший спад объясняется политикой Российской Федерации в сфере образования. Следует заметить, что данная тенденция применима как к ТГТУ в целом, так и ко всем высшим учебным заведениям страны. Стипендии им. Власова и им. Полянского являются внутренними, поэтому их уровень не изменился.

Как показывает практика, студенты ТГТУ, получающие стипендию им. Власова и им. Полянского, обычно входят в число адресных стипендиатов и студентов, получающих стипендии ЦПМС и надбавки старост. Соответственно, количество студентов, которые могут получить ранее рассчитанный доход, составляет лишь девять человек бюджетной формы обучения с факультета. При этом существующая политика, проводимая в стране, не дает возможности реализовать потенциал студентам внебюджетной основы.

СПЕЦИАЛЬНЫЙ НАЛОГОВЫЙ РЕЖИМ: АНАЛИЗ ДИНАМИКИ НАЛОГОВЫХ ПОСТУПЛЕНИЙ В ЦФО

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

В составе налоговых доходов регионов особое место отводится специальным налоговым режимам. Его основными налогоплательщиками являются предприятия малого бизнеса. Согласно действующему Налоговому кодексу Российской Федерации, предприятия малого бизнеса могут применять следующие специальные налоговые режимы: ЕСХН, УСН, ЕНВД, патентная система налогообложения (вступил в силу с 01.01.2013) [1, гл. 26].

За период с 2006 по 2011 гг. объем налоговых поступлений в консолидированный бюджет Российской Федерации, относящихся к специальным налоговым режимам, возрос на 154 млрд. р. или на 154,99%. За анализируемый период темпы прироста налоговых поступлений, анализируемого показателя по ЦФО, превышали средний уровень по России на 9,05% и составляли 164,04%.

В 2011 г. объем налоговых поступлений, относящихся к специальным налоговым режимам ЦФО, составил 69,2 млрд. р., а по состоянию на 01.11.2012 – 83,5 млрд. р. Цепной темп прироста объема анализируемого показателя в ЦФО в 2011 г. по сравнению с 2010 г. составил 17,06%, а уже по состоянию на 01.11.2012 объем налоговых поступлений возрос по сравнению с уровнем 2011 г. на 20,70%. За период с 2006 по 2010 гг. наблюдался постоянный рост удельного веса налоговых поступлений относящихся к специальным налоговым режимам ЦФО в составе Российской Федерации. В 2010 г. он возрос по сравнению с 2007 г. на 4,70% и составил 29,85%. В 2011 г. наблюдается снижение доли анализируемого показателя на 2,57% (ниже уровня 2009 г.). Но резкий рост исследуемого показателя по состоянию на 01.11.2012 позволяет сделать предположение о тенденции роста удельного веса налоговых поступлений относящихся к специальным налоговым режимам ЦФО в составе Российской Федерации (рис. 1).

Результаты ранжирования регионов по доле налоговых поступлений, относящихся к специальным налоговым режимам в составе ЦФО, представлены на рис. 2. За период с 2006 г. по 01.11.2012 регионами-лидерами были г. Москва и Московская область. За анализируемый период наблюдается тенденция роста доли налоговых поступлений по анализируемому показателю в г. Москве. Если в 2006 г. доля налоговых поступлений г. Москвы составляла 29,94%, то в 2010 г. – 37,10%, то по состоянию на 01.11.2012 – 43,38%.



Рис. 1. Динамика удельного веса налоговых поступлений, относящихся к специальным налоговым режимам ЦФО в составе России, % [2]

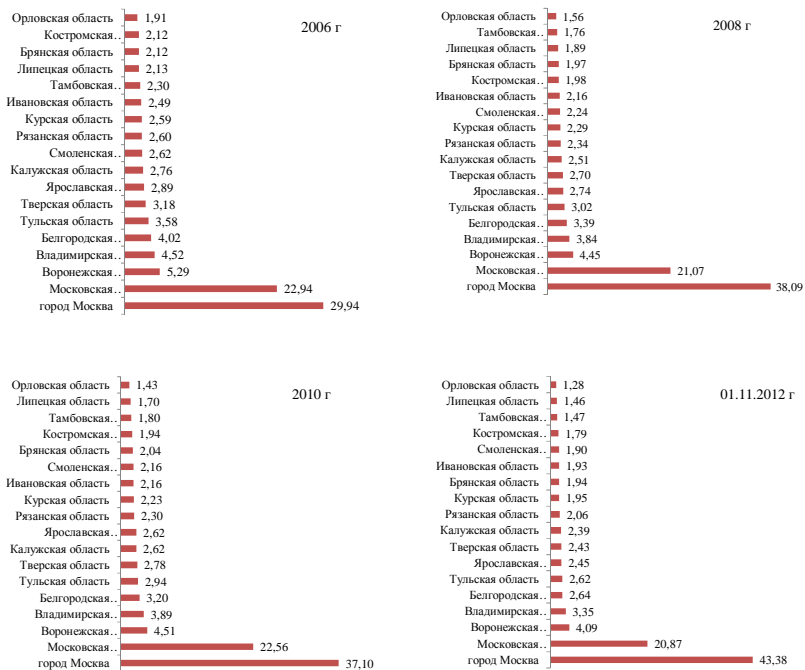


Рис. 2. Ранжирование регионов ЦФО по удельному весу поступлений, относящихся к специальным налоговым режимам в составе ЦФО, % [2]

Вклад в формирование налоговых поступлений, относящихся к специальным налоговым режимам в составе ЦФО, со стороны Московской области существенно не изменился и колебался в пределах от 20 до 23%. Максимальный уровень анализируемого показателя составлял 22,94% (2006 г.), а минимальный – 20,87% (01.11.2012).

За анализируемый период состав регионов-аутсайдеров изменился. Если в 2006 г. в тройку регионов с наиболее низким объемом налоговых поступлений, относящихся к специализированным налоговым режимам, входили Орловская, Костромская и Брянская области, то с 2008 г. состав регионов частично сменился и с тех пор остался без изменения. С 2008 г. и по настоящее время отстающими регионами являются Орловская, Липецкая и Тамбовская области.

За рассматриваемый период наблюдается увеличение разрыва между регионами-лидерами и прочими регионами ЦФО. Это говорит об усилении дифференциации регионов по вкладу налоговых поступлений, относящихся к специализированным налоговым режимам. Если в 2006 г. на долю Москвы и Московской области приходилось 52,88% налоговых поступлений, то в 2011 г. – 59,66%, а по состоянию на 01.11.2012 – 64,25%.

Динамика удельного веса налоговых поступлений, относящихся к специальным налоговым режимам ЦФО (без г. Москвы и Московской области) в составе анализируемого показателя по России имеет отличие от аналогичного показателя с учетом влияния г. Москвы и Московской области (рис. 1, рис. 3). Удельный вес налоговых поступлений относящихся к специальным налоговым режимам ЦФО (без г. Москвы и Московской области) в составе анализируемого показателя по России достигает максимального уровня в 2006 г., а минимальный уровень приходился на 2009 г. Динамика структурных сдвигов налоговых поступлений, относящихся к специальным налоговым режимам ЦФО в составе России имеет существенные отличия в зависимости от того, происходит учет налоговых поступлений г. Москвы и Московской области или нет (рис. 4).

Снижение объемов налоговых поступлений в 2011 г. связано с сокращением численности предприятий малого бизнеса. В этот год значение коэффициента прироста организаций принимало наименьшее значение за период с 2005 по 2011 гг. (13,4 единиц на 1000 организаций) [3]. Это составило 16,7% от уровня 2005 г. Негативное влияние на развитие малого бизнеса также оказала замена ЕСН и обязательными отчислениями во внебюджетные фонды. Принятая налоговая новация привела к росту затрат организации, а также привела к снижению объема налоговых поступлений, выплачиваемых малыми предприятиями и индивидуальными предпринимателями.

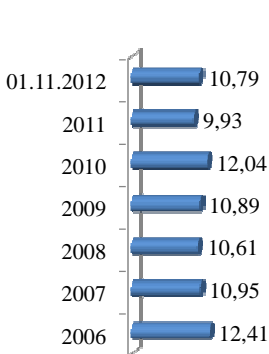


Рис. 3. Динамика удельного веса налоговых поступлений, относящихся к специальным налоговым режимам ЦФО (без г. Москвы и Московской области) в составе России, % [2]

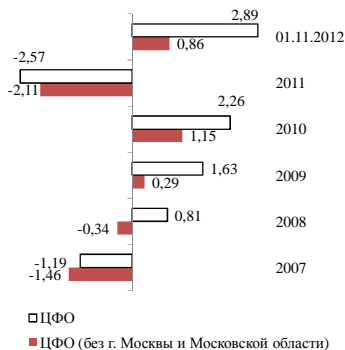


Рис. 4. Динамика структурных сдвигов налоговых поступлений, относящихся к специальным налоговым режимам ЦФО в составе России, %

Список использованных источников

1. Налоговый кодекс РФ. – URL : <http://www.base.garant.ru>
2. Федеральная налоговая служба РФ – URL : <http://www.nalog.ru>
3. Федеральная служба государственной статистики РФ. – URL : <http://www.gks.ru>

ВИДЫ РИСКОВ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

**Сухов Д.В., 3 курс, специальность
«Механизация сельского хозяйства»**

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

Жизнь каждого человека – это бесценный дар природы, поэтому государственная и муниципальная власть, различные коммерческие и некоммерческие организации и все общество в целом должны стремиться к тому, чтобы создать наиболее благоприятные условия для жизнедеятельности каждого отдельного человека.

Обеспечение высокого качества жизни процесс непростой, процесс, требующий учета огромного количества различных факторов. Одним из таких факторов, способным оказывать негативное влияние на качество жизни, являются различные виды рисков.

Для определения взаимосвязи между рисками и качеством жизни необходимо рассмотреть сущность термина «качество жизни».

Множество определений термина качества жизни, представленные в зарубежной и отечественной литературе, можно привести к одному общему знаменателю. С объективной точки зрения под качеством жизни понимается наличие определенных условий существования человека, удовлетворение его потребностей [1, с. 6], [2, с. 3], [3, с. 6]. С субъективной точки зрения качество жизни представляет собой степень удовлетворенности человека, сложившимися условиями существования [4, с. 44], [5, с. 64], [6].

Таким образом, для корректного понимания качества жизни необходимо разобраться с понятием «потребность». Под потребностью принято понимать нужду человека в чем-либо. С точки зрения А. Маслоу [7, с. 405] к основным видам потребностей можно отнести:

- физиологические потребности (потребности в пище, воде, сне, отдыхе);
- потребности в безопасности и защищенности (потребности в защите от физических и психологических опасностей со стороны окружающего мира и уверенности в том, что физиологические потребности будут удовлетворены в будущем);
- социальные потребности или потребности в причастности (чувство принадлежности к чему-либо или кому-либо, чувства социального взаимодействия, привязанности и поддержки);
- потребности в уважении (потребности в самоуважении, личных достижений, компетентности, уважении со стороны окружающих, признании);
- потребности самовыражения (потребность в реализации своих потенциальных возможностей и росте как личности).

Рассмотрев понятие качества жизни и основных видов потребностей, мы можем сказать, что риск, негативно воздействуя на какую-либо потребность, может значительно понизить качество жизни человека.

Для осуществления эффективного управления рисками качества жизни очень важно определиться с их понятием и классифицировать их по определенным основаниям.

Под риском качества жизни можно понимать потенциально возможное ухудшение качества жизни в результате действия внешней среды либо в результате определенных действий конкретного человека.

Риски качества жизни можно классифицировать по различным основаниям.

1. По характеру риски качества жизни могут быть природные или социальные. Источником природных рисков является непосредственно природа, а источником социальных рисков – общество.

2. По вероятности потенциального возникновения риски качества жизни могут подразделяться на риски с высокой вероятностью возникновения, риски со средней вероятностью возникновения и риски с низкой вероятностью возникновения.

3. По уровню потенциального ущерба риски качества жизни могут подразделяться на риски с высоким потенциальным уровнем ущерба, риски со средним потенциальным уровнем ущерба и риски с низким потенциальным уровнем ущерба.

4. По субъекту риски качества жизни можно подразделить на риски, создаваемые внешней средой и риски, создаваемые внутренней средой. Выделение двух субъектов, способных генерировать риски основывается на убеждении, что качество жизни формируется под влиянием как внешней, так и внутренней среды. Под внешней средой мы подразумеваем, окружающую человека природную и социальную среду. В табл. 1 представлены основные виды рисков, создаваемые внешней средой, и возможные формы их проявления. При этом необходимо учитывать, что риск способен оказывать влияние не на одну, а сразу на несколько потребностей, вызывая лавинообразный эффект.

1. Основные виды рисков, создаваемые внешней средой, и формы их проявления

Вид риска	Форма проявления
Экономические риски	Низкий уровень доходов населения, высокая безработица, высокая вероятность потерять рабочее место, высокая инфляция, вероятность циклического экономического спада
Экологические риски	Наводнения, землетрясения, извержения вулканов, ураганы, смерчи, резкое изменение температуры (природные экологические риски). Радиационное, химическое, бактериологическое заражение окружающей среды: воды, воздуха, почвы (социальные экологические риски)

Вид риска	Форма проявления
Риски общественной безопасности	Причинение морального, физического, имущественного ущерба: побои, грабежи, убийства, захват заложников, угроза террористических актов, угроза возникновения военного конфликта
Риски дискриминации	Дискриминация человека по полу, возрасту, национальности, вере, цвету кожи, политическим убеждениям, уровню дохода и по другим признакам
Правовые риски	Изменение правовых норм на различных уровнях: международном, национальном, региональном, местном и в различных сферах жизнедеятельности

Например, экономический риск, который может проявиться в форме потери работы, не только негативно скажется на удовлетворении физиологических потребностей (например, менее качественное питание), но и серьезно обострит потребность в безопасности и защищенности. Высока степень вероятности того, что потеря работы окажет существенное негативное влияние и на различные социальные потребности.

В отличие от внешних рисков, источником возникновения которых выступает внешняя среда, внутренние риски возникают в результате определенного образа жизни, выбираемого каждым человеком. Например, каждый человек сам определяет отношение к своему здоровью (заниматься или не заниматься спортом, стремиться или не стремиться к сбалансированному питанию), к своему образованию (получать или не получать образование), к своей квалификации (повышать или не повышать квалификацию) и т.д. Выбираемый человеком образ жизни может либо увеличивать, либо сокращать число рисков, понижая или повышая качество его жизни.

5. По сфере потенциального воздействия риски можно подразделить на риски, способные оказать потенциальное воздействие на материальное, семейное, духовно-нравственное состояние человека, на здоровье, трудоспособность.

Предложенная классификация рисков качества жизни выделяет лишь основные их виды, не исчерпывая их реальное многообразие, и может быть дополнена.

Вероятность негативного влияния рисков на качество жизни, лавинообразный эффект подобного влияния вызывают необходимость управления ими. Исходя из определения управления [7, с. 48], под управлением рисками качества жизни можно понимать совокупность мер по планированию, организации и контролю с целью предупреждения потенциально возможных ситуаций ухудшающих качество жизни, а в случае возникновения таких ситуаций сведения к минимуму их негативного влияния. Наличие большого числа потенциально возможных рисков, огромное количество взаимосвязей, образуемых человеком в процесс жизнедеятельности, определяют необходимость создания на разных уровнях государственного и муниципального управления организационной структуры по управлению рисками качества жизни.

На основании рассмотренного материала можно сделать вывод, что риски обладают потенциальной возможностью оказывать значительное негативное влияние на качество жизни человека. В силу огромного числа сфер жизнедеятельности человека, в силу того, что риск может привести к лавинообразному эффекту, необходимо предпринимать соответствующие меры по управлению ими. Наиболее эффективного результата в управлении рисками качества жизни можно добиться при условии создания многоуровневой системы управления.

Список использованных источников

1. Безъязычный, В.Ф. Качество жизни : учебное пособие / В.Ф. Безъязычный, Е.В. Шилков. – Рыбинск : РГАТА, 2004. – 96 с.
2. Гаврилова, Т.В. Принципы и методы исследования качества жизни населения // Технологии качества жизни. – 2004. – Т. 4. – № 2.
3. Юрин, В. Ответственность за качество жизни // Стандарты и качество. – 2004. – № 2. – С. 6–7.
4. Бабинцев, В. Стратегия устойчивого развития региона и улучшение качества жизни населения / В. Бабинцев, А. Гармашев, Г. Ушамирская // Стандарты и качество. – 2003. – № 2. – С. 42 – 45.
5. Альперин, Л. Качество жизни россиян: в новый век с новым отношением к этой проблеме // Стандарты и качество. – 2000. – № 12. – С. 62 – 68.
6. Брынцева, Г. Курс по топору / Г. Брынцева, Е. Скиба // Российская газета. – 2002. – 30 июля.
7. Мескон, М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М.Альберт, Ф. Хедоури ; пер. с англ. – М. : Дело, 1998. – 800 с.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ КАЧЕСТВА В ОРГАНИЗАЦИИ

Савина К.С., студентка 5 курса специальности
«Прикладная информатика в экономике»

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

К.Н. Савина

Возможны два подхода к внедрению стандартов ИСО 9000.

В одном случае стандарты используются как инструмент повышения эффективности деятельности организации, когда появляется внутренняя потребность в их внедрении и высшее руководство осознает, что без этого нельзя развиваться дальше. При такой стратегии на первом месте стоит качество продукции, процессов, системы качества и организации в целом и, естественно, возникает необходимость разработать наиболее рациональный состав документов, выделить ресурсы для повышения результативности системы, провести объективный внутренний аудит, самооценку [3].

В другом случае стандарты внедряются с целью получения сертификата. При этом необходимость последнего может быть обусловлена требованиями тендера, партнеров или потребителей при заключении контракта, желанием быть не хуже других и т.п. По существу, это не что иное, как навязывание ИСО 9000 извне. При таком подходе все усилия сосредоточены на разработке документации и выполнении формальных требований органов по сертификации. Специалисты, принимающие технические, экономические и управленческие решения, остаются в стороне, а персонал делает только то, что необходимо для проверяющих. Главная цель внедрения стандартов – улучшение качества.

Построение системы менеджмента качества требует решений в следующих направлениях:

- функциональное;
- структурное.

Функциональное направление построения СМК включает:

- разработку политики компании в области качества;
- разработку руководства по качеству компании;
- разработку документированных процедур для основных бизнес-процессов компании;

- разработку внутрифирменных стандартов;
- внедрение аналитических и статистических методов контроля (при необходимости).

Структурное направление построения СМК включает:

- создание службы качества;
- определение подразделения (лица) ответственного за ведение документации СМК;
- назначение уполномоченного по качеству (руководителя службы качества);
- взаимодействие службы качества компании с другими подразделениями компании (в части разработки и внедрения СМК).

Основные этапы создания и внедрения системы менеджмента качества на предприятии:

- 1) проведения анализа бизнес-процессов;
- 2) разработки системы менеджмента качества и документированных процедур СМК;
- 3) внедрения системы менеджмента качества и инструментов менеджмента качества;
- 4) сертификации компании на соответствие СМК требованиям стандарта ИСО 9000:2008.

Для эффективного построения и внедрения СМК необходимо провести детальный анализ проделанной на предприятии работы в области управления качеством, провести анализ бизнес-процессов, создать рабочую группу по разработке и внедрению СМК на предприятии, определить стратегию компании в области качества [1].

Разработка системы менеджмента качества и документированных процедур СМК являются наиболее трудоемким и ответственным этапом и поэтому выделяется в отдельную фазу проекта.

Разработка и внедрение СМК является комплексным проектом, затрагивающим все подразделения компании, поэтому необходимо активное участие и сотрудничество руководителей и сотрудников всех подразделений компании.

Для подтверждения соответствия СМК требованиям стандарта ИСО 9001:2008 проводится сертификационный аудит. По результатам успешного аудита компания получает сертификат и регистрируется в Государственном Регистре.

План внедрения системы менеджмента качества на предприятии может выглядеть следующим образом (табл. 1) [3].

1. План внедрения системы менеджмента качества

№	Мероприятия
1	Подготовительные мероприятия и планирование проекта
1.1	Планирование разработки и внедрения СМК на основе анализа деятельности организации
1.2	Изучение удовлетворенности потребителей
1.3	Оценка поставщиков материалов и комплектующих изделий
1.4	Составление плана работ по разработке и внедрению СМК по требованиям ГОСТ Р ИСО 9001
1.5	Оценка расходов на выполнение проекта с учетом имеющихся заделов
1.6	Определение Политики в области качества
1.7	Формирование организационной структуры организации. Реорганизация службы качества
1.8	Распределение ответственности в СМК
1.9	Обучение персонала: применению ИСО 9000 (руководства, представителей подразделений, внутренних аудиторов)
2	Разработка и внедрение документации СМК
2.1	Определение состава (перечня) документации
2.2	Подготовка графика разработки и внедрения документации
2.3	Разработка документации СМК
2.4	Внедрение документации СМК
2.5	Массовое обучение персонала
2.6	Подготовка производства, складского хозяйства, территории
2.7	Проведение первого внутреннего аудита
2.8	Выполнение корректирующих действий
2.9	Утверждение Руководства по качеству

№	Мероприятия
3	Сертификация системы менеджмента качества
3.1	Проведение предварительного аудита органом по сертификации СМК
3.2	Реализация замечаний и выполнение корректирующих действий по результатам предварительного аудита органа по сертификации СМК
3.3	Работа комиссии органа по сертификации СМК
3.4	Регистрация СМК в Регистре систем качества и выдача сертификата при положительных результатах аудита

Список использованных источников

1. Терещенко, Н.В. Модель комплексной оценки результативности СМК / Н.В. Терещенко, Н.С. Яшин // Методы менеджмента качества. – 2006. – № 4. – С. 12 – 17.
2. Степин, В.С. Философия науки и техники : учебное пособие / В.С. Степин, В.Г. Горохов, М.А. Розов. – М. : Контакт – Альфа, 1995. – 384 с.
3. Рахлин, К.М. МС ИСО серии 9000 версии 2000 г.: сущность и содержание процессного подхода // Стандарты и качество. – 2001. – № 1. – С. 45-47
4. Менеджмент : учебник / ред. проф. В.И. Королева. – М. : Экономистъ, 2005. – 432 с.
5. Письмаров, А. Как оценивать эффективность работы компании // Генеральный директор. – 2006. – № 2. – С. 47–48. – URL : www.gendirector.ru
6. Психология делового общения и управленческих воздействий / под ред. В.В. Горанчука. – СПб. : Нева, 2009.

УПРАВЛЕНИЕ РЕСУРСАМИ РЕГИОНАЛЬНОЙ КОМПАНИИ С ЦЕЛЬЮ ВЫХОДА НА НОВЫЙ КАЧЕСТВЕННЫЙ УРОВЕНЬ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИЕЙ

**Самодуров М.Н., студент 4 курса,
специальность «Связи с общественностью»**

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

Одним из немаловажных факторов положительного имиджа организации является ее социальная ответственность. Социальная ответ-

ственность фирмы – это обязательство преследовать долгосрочные общественно полезные цели, принятые компанией сверх требуемого от нее в соответствии с законодательством и экономическими условиями [1]. Как форма реализации социальной ответственности может являться участие фирмы в социальном проекте. Основная цель социальных проектов – это создание, модернизация или поддержание в изменившейся среде материальной или духовной ценности, которое имеет пространственно-временные и ресурсные границы и воздействие которого на людей считается положительным по своему социальному значению [2]. Отсюда понятие социальной ответственности характеризуется определенными нравственно – этическими принципами: развивать и поддерживать то, что способствует совершенствованию общества, и не делать того, что способно привести к ухудшению его состояния.

Крупные холдинговые компании могут сами разрабатывать и реализовывать различные социальные проекты, используя при этом собственные человеческие, денежные и другие ресурсы. Для небольшой компании, действующей только в одном регионе, выгоднее показать свою социальную ответственность сотрудничая с уже реализующимся социальными проектами в данном регионе путем спонсорства, то есть привлечения средств фирмы с целью достижения нужного рекламного эффекта.

Для получения желаемых результатов от спонсорской деятельности, контроля за инвестициями компании, общей осведомленности о будущей деятельности конкретного реализуемого социального проекта, разрабатывается специальная технология – спонсоринг, которая обеспечивает эффективность спонсорства. Спонсоринг подразумевает разработку так называемого спонсорского пакета, где перечисляются финансовые, юридические и программные документы, позволяющие организации выбрать статус своего присутствия в проекте, уяснить свои информационно-рекламные возможности и, самое главное, ресурсные затраты.

Выделяют следующие статусы присутствия в проекте:

- титульный спонсор – если стоимость спонсорского пакета полностью соотносима со стоимостью затрат на проведение проекта. В подобных случаях название организации-спонсора включается в название проекта;
- генеральный спонсор – стоимость спонсорского пакета, как правило, составляет половину стоимости проекта;
- официальный спонсор – 0,25% стоимости проекта;
- спонсор-участник – спонсорский пакет от 5 до 10%;

– бартерные спонсоры оказывают содействие и помощь не финансами, а различными товарами или услугами по согласованию с организаторами [3].

Для региональной компании оптимальным участием в социальном проекте может являться статус «спонсор на бартерной основе».

В силу ограниченных финансовых и человеческих ресурсов, предоставление собственной продукции или же услуги предполагает следующие преимущества:

– исключает или сводит к минимуму возможность «отмывания» средств со стороны исполнителей социального проекта, так как проследить за использованием материальных ресурсов проще, чем за денежными инвестициями;

– компания может сделать бартер, предложив со своей стороны аренду продукции на определенный срок, что в итоге способствует: получению желаемых результатов от спонсорства в виде рекламных акций и маркетинга, возможности ненавязчиво и наглядно продемонстрировать собственную продукцию в эксплуатации; вернуть свою продукцию по истечению соглашения;

– получить достоверную практическую оценку и отзыв о качестве своей продукции;

– реализовать непроданный товар и использовать невостребованные возможности;

– использовать преимущества бартера с возможностью сбалансировать производственные мощности с потребностями производства;

– привлечь в клиентскую базу организации стабильных покупателей;

– нарастить деловые связи и повысить ожидание будущих экономических выгод;

– способствовать росту деловой репутации фирмы и росту гудвилла в целом.

Таким образом, региональная компания при умелом инвестировании собственных ресурсов в виде производимых товаров и услуг, может с минимальными затратами выйти на качественно новый уровень социально-экономического взаимодействия с целевой аудиторией на различных сегментах рынка с учетом дифференциации производимой продукции.

Список использованных источников

1. Беляева, И.Ю. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект : монография / И.Ю. Беляева, М.А. Эскиндаров – М. : КНОРУС, 2008.

2. Национальная социологическая энциклопедия. – URL : <http://voluntary.ru/dictionary/619/word/proektirovanie-socialnoe>.
3. Сайт компании Compredcom. – URL : <http://www.compred.com/grad.html>

САМООЦЕНКА СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА КАК ЭЛЕМЕНТ ЕЕ МОНИТОРИНГА

**Саталкина Н.И., канд. экон. наук, доц. кафедры
«Экономический анализ и качество»**

Система менеджмента качества не может быть эффективной без самооценки. До недавнего времени существовало мнение, что наличие сертифицированной системы качества является важным фактором повышения конкурентоспособности отечественных предприятий и необходимым условием для выхода на мировой рынок. Многие руководители, обеспечившие сертификацию системы качества своих предприятий, считали свою задачу в области обеспечения качества выполненной. Но как показывает практика это лишь первый шаг предприятия к выживанию в усиливающейся конкурентной борьбе.

Одним из инструментов совершенствования деятельности хозяйствующих субъектов, внедривших системы менеджмента качества, являются методы самооценки фирм на соответствие национальных премий качества, в которых наиболее полно реализованы принципы всеобщего управления качеством. Данный подход к самооценке разработан в ряде работ.

Так, по мнению Сапожникова Н.П. «организация и проведение самооценки – это подробный и всесторонний анализ деятельности предприятия и определение степени ее соответствия модели, установленной премией в области качества» [1].

Однако такой взгляд на самооценку не отражает саму ее суть. Проводя самооценку, организация имеет возможность не только оценить свои достижения, но и увидеть недостатки и просчеты в работе. Однако при участии в премиальном конкурсе организация ориентирована в основном на выявление своих преимуществ перед конкурентами, а поэтому вторая функция самооценки – анализ – не реализуется.

Именно в ходе всестороннего анализа проводится диагностика предприятия, направленная на выявление слабых мест в работе организаций и изучение причин, вызывающих появление слабых мест. Такая диагностика «здоровья» или «болезни» СМК проводится, в том числе с учетом мнения потребителей, акционеров и других заинтересованных групп. Цель же премиальной модели оценки – обосновать выбор лучшего конкурента, определяя сильные и слабые стороны, но не их анализ.

Результаты последних лет показывают, что, если мы не изменим своего отношения к концепции TQM и премиям по качеству, очень скоро они потеряют свою привлекательность. Это произойдет не из-за присутствующих им недостатков, а вследствие стремления добыть «все эти бесполезные побрякушки» – символы формального достижения целей и получения быстрого (но часто недолговечного) выигрыша в имидже [2].

В работах как отечественных, так и зарубежных авторов показано, что самооценка – это самостоятельная область деятельности, которая вышла из аудитов качества и позднее приобрела свои характерные признаки. В современном виде ее следует трактовать уже как самодиагностику, с охватом всей деятельности организации и вовлечением всех ее работников.

Если, к примеру, в ходе аудитов качества проверяется соответствие процессов СМК заранее установленным правилам и стандартам, то для самодиагностики характерен системный подход, т.е. не только всех областей деятельности организации, но и многих неощутимых характеристик, которые весьма сложно измерить или даже просто оценить.

К неощутимым факторам системы менеджмента качества, в частности, относятся персональные качества работников (коммуникабельность, креативность и т.п.), деловая репутация организации, мнения потребителей, товарный знак, знак обслуживания, бренды и т.п. Их неощутимость обусловлена отсутствием у них материально-вещественной формы. В бухгалтерском учете они имеют название «нематериальные активы» (НМА). Однако в российском учете далеко не все эти элементы включаются в состав НМА организации. С одной стороны, такое положение снижает возможности отечественных предприятий капитализации своего бизнеса, а, с другой стороны, отличие преуспевающих зарубежных и отечественных компаний во многом определяется именно неощутимыми характеристиками. Поэтому при попытке оценки деятельности хозяйствующего субъекта в современных условиях экономики их необходимо учитывать.

По мнению одного из самых авторитетных специалистов по качеству Арманда Фейгенбаума к настоящему времени сложилась совершенно новая ситуация как в экономике, так и в человеческих отношениях, которая характеризуется тремя новыми силами [3]:

- 1) открытый мировой конкурентный рынок. На этом рынке более 1 млрд. покупателей. Конкуренция принимает характер всеобщий, и чтобы добиться успеха, необходимо повысить качество и производительность используемых факторов производства;

- 2) изменение потребительских ценностей. Сегодня качество трактуется не только и не столько инженерно-техническими характеристиками;

3) конкурентные ножницы. С одной стороны – затраты фирмы, другое – цена. Эти ножницы, в значительной мере и определяют поведение потребителей.

Учет этих составляющих современного бизнеса должен вести в рамках управленческого учета, формируемого под поставленные цели предприятия

Главная цель современных фирм заключается в оптимальном сочетании затрат с «добротным» качеством продукции. Снижению удельных затрат продукции фирмы, например, может способствовать использование в хозяйственном обороте неосязаемых активов, таких как, товарный знак, знак обслуживания и др. Последние при хорошей репутации фирмы на рынке расширяют ее клиентскую базу, что позволяет ей также увеличить свои объемы продаж и, в конечном счете, максимизировать прибыль.

Новая концепция менеджмента представляет трехмерную модель, имеющую три уровня управления: нормативный, стратегический и текущий; три аспекта: структуру, деятельность и поведение; три составляющие: затраты, качество, время.

По мнению автора, модель самодиагностики должна вписываться в современную концепцию управления качеством. Она призвана отражать результаты всех уровней управления, содержать подходы, критерии и оценки организационной архитектуры, деятельности всего персонала организации в области качества, формировать у всех заинтересованных групп сознания качества на всех этапах жизненного цикла продукции.

Список использованных источников

1. Сапожников, Н.П. Кайзен резервы повышения качества банковских услуг : монография / под науч. ред. д-ра экон. наук проф. Б.И.Герасимов. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2003.
2. Конти, Т. Самооценка в организациях. – М. : Стандарты и качество, 2000.
3. Фейгенбаум, А. Контроль качества продукции. – М. : Экономика, 1986.

ФЕНОМЕНОЛОГИЯ СИСТЕМНОЙ ПАРАДИГМЫ САМООЦЕНКИ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ

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

Повышение менеджмента качества предприятий является одной из стратегических целей развития отечественной экономики. Существуют различные способы повышения качества продукции промыш-

ленного предприятия (ПП). Одним из таких способов является формирование и развитие механизма самооценки 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.

Самооценкой обычно называют приписывание определенного количества баллов собственным параметрам СМК. 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 самооценивания используется единая мера, или шкала, в которой соизмеряются различные сочетания показателей. При проведении оценок СМК, как правило, по определенным механизмам, применяются рейтинговые методы с учетом весомости каждого показателя, которые являются разновидностью экспертных методов оценивания.

Феноменология системной парадигмы самооценки менеджмента качества предприятий и организаций происходила на фоне развития структур управления качеством: перехода от линейно-функциональной структуры (выпуск одного или нескольких однотипных видов продукции) до программно-целевых структур (выпуск новых видов продукции с учетом инновационной деятельности).

В рамках действия системной парадигмы качества (1938 – 2002 гг.) самооценка менеджмента качества предприятий и организаций трактовалась следующим образом [1 – 4].

1. Концепция TQM – Total Quality Management – Всеобщее управление качеством (1950 – 1960 гг.): самооценка (самоконтроль) – постоянное удовлетворение всех требований потребителей за счет совершенствования своей деятельности (входной контроль материалов; оценка качества производственного процесса; контроль готовой продукции; анализ специальных процессов; использование информации о качестве продукции; контроль аппаратуры; обучение методам обеспечения качества; работа кружков качества; ответственность руководства).

2. ВНИИС (1979 г.): самооценка – номенклатура показателей модели изделия, отражающая различные уровни качества (мировой, народнохозяйственный, экономический, оптимальный).

3. Конти Т. (1997 г.): самооценка – выявление процессов и явлений, требующих изменений для повышения эффективности и конкурентоспособности организации. В основе данной модели самооценки заложен взгляд на организацию как на систему, состоящую из факторов, управляющих системой, процессами и связями между ними, внешних входов и выходов. Ресурсы выдаются процессам, процессы ими распоряжаются, определяя результаты.

4. ГОСТ Р ИСО 9004:2001 г.: самооценка – это всестороннее оценивание, итогом которого является мнение или суждение о результативности и эффективности организации и уровне зрелости СМК.

Усиление позиций информационной парадигмы качества, когда признано, что «качество есть информация о свойствах объекта», позволяет расслаивать самооценку как встроенную конструкцию модели организации любого типа хозяйственных систем и, в отличие от других элементов модели, отражает достижение системной прогрессивной динамики количественных и качественных критериев качества. Данному динамическому процессу способствует формирование следующих подходов развития самооценки менеджмента качества (2002 г. – по н.в.) [5 – 11].

5. Маслов Д.В., Белокоровин Э.А. (2004 г.): самооценка – это набор оценочных критериев, имеющих внутренние взаимосвязи и объединенных графической схемой (как правило, базирующийся на национальных премиях за качество).

6. Еналеева Ю.Р., Салимова Т.А. (2006 г.): самооценка – сопоставительный анализ по сравнению с лучшими организациями, с какой либо моделью или эталоном; метод диагностики состояния организации и определения перспектив ее дальнейшего развития.

7. Щукин О.С. (2007 г.): самооценка – самодиагностирование организации с охватом всей деятельности и вовлечением всех сотрудников с целью описания состояния качества организации и выяснения насколько организация соответствует своему предназначению (миссии и целям).

8. Технический регламент РФ (Росстандарт) (2008 г – по н.в.): самооценка – подтверждение (удостоверение) соответствия продукции, процессов производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, работ, услуг или иных объектов техническим регламентам, стандартам, условиям договоров.

9. ИСО 9004:2009 (2009 г. – по н.в.): самооценка – процедура оценки, посредством которой производитель подтверждает соответствие своей продукции, производственного процесса и условий производства регламенту, т.е. установление баланса требований между безопасностью объектов технического регулирования и необходимостью. Такой баланс устанавливается в сфере, выходящей за пределы обязательных требований, в качестве нормативного документа используется стандарт. Стандарт применяется для нормирования широкого спектра потребительских свойств товара, определяющих их качество и конкурентоспособность.

10. Герасимов Б.И., Сизикин А.Ю. (2013 г.): самооценка – совокупность процессов, осуществляемых в зависимости от видения предприятия и включающих набор номенклатуры показателей качества, определение численных значений этих показателей по сравнению с базовыми (стандартными, конкурентными, эталонными и т.п.).

Самооценка, направленная на повышение качества продукции и услуг нацелена на вовлечение в экономическую сферу ПП различного рода резервов. Резерв, как правило, представляет собой запас чего-либо, создаваемый и сохраняемый до наступления определенных событий, с которыми связана необходимость привлечения того, что было зарезервировано. Резервирование направлено на минимизацию рисков, обусловленных:

а) непредвиденными обстоятельствами – событиями внешними по отношению к экономическому субъекту рынка, которые ПП в состоянии предвидеть, но, зачастую, не в силах избежать;

б) предвиденными обстоятельствами – целенаправленными действиями самого ПП по реализации стратегии TQM.

Резервы повышения качества продукции могут быть охарактеризованы количественно и качественно. Качественные характеристики – это соответствие изделия современным стандартам, а также направлению моды, дизайну, цвету и т.д. Количественная характеристика одного или нескольких свойств продукции, составляющих ее качество, рассматриваемая применительно к определенным условиям ее создания и эксплуатации или потребления, называется показателем качества продукции.

Таким образом, развитие моделей самооценки менеджмента качества предприятий и организаций, в настоящее время, представляет собой согласованную рабочую структуру, включающую эффективные управленческие и технические методы, обеспечивающие наиболее результативные и практические способы взаимодействия людей, машин, а также информации, с целью удовлетворения постоянно изменяющихся требований потребителей к качеству продукции и услуг при постоянном относительном снижении цены качества, т.е. затрат на него.

Список использованных источников

1. Лapidус, В.А. Всеобщее качество (TQM) в российских компаниях. – Гос. ун-т управления; Нац. фонд подготовки кадров. – М. : Новости”, 2000. – 432 с.
2. Окрепилов, В.В. Управление качеством: учебник для вузов. – М. : Экономика, 1998. – 639 с.
3. Конти, Т. Самооценка в организациях / Т. Конти ; пер. с англ. И.Н. Рыбакова ; науч. ред. В.А. Лapidус, М.Е. Серов. – М. : Стандарты и качество, 2000. – 328 с.
4. ГОСТ Р ИСО 9004–2001. Системы менеджмента качества. Рекомендации по улучшению деятельности. – М. : Изд-во стандартов, 2001. – 52 с.
5. Шадрин, А.Д. Качество и информация // Стандарты и качество. – 1996. – № 4. – С. 30 – 33.
6. Маслов, Д.В. Сравнительный анализ мировых премий / Д.В. Маслов, Э.А. Белокоровин // Стандарты и качество. – 2005. – № 5. – С. 88 – 94.
7. Салимова, Т.А. Самооценка деятельности организации : учебное пособие / Т.А. Салимова, Ю.Р. Еналеева. – М. : Академический Проект, 2006. – 279 с.
8. Щукин, О.С. Самооценка деятельности организации по централизованной модели: концептуально-методологические основы адаптивного подхода : монография. – Воронеж : Воронежский государственный университет, 2007. – 295 с.
9. Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт). – URL : <http://www.gost.ru>
10. Официальный сайт органа по сертификации интегрированных систем менеджмента ООО «РОСТЕХСЕРТ» (ОС ИСМ ООО «РОСТЕХСЕРТ»). – URL : <http://www.rostehcert.ru>
11. Сизикин, А.Ю. Теория и методология самооценки менеджмента качества организаций и предприятий : монография / А.Ю. Сизикин. – Тамбов : Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. – 300 с.

ФОРМИРОВАНИЕ ЭТАПОВ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЦЕДУР ОБЕСПЕЧЕНИЯ САМООЦЕНКИ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ

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

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

Самооценка представляет собой оценивание, проводимое самим руководством и персоналом, итогом которого является мнение или суждение о результативности и эффективности предприятия и его системы менеджмента качества. Самооценка может использоваться предприяти-

ем для сравнения своей деятельности с лучшими достижениями других предприятий и организаций, а также показателями мирового уровня по данному виду деятельности.

Процедуры обеспечения самооценки результативности функционирования системы менеджмента качества (СМК) промышленного предприятия (ПП) реализуются методом нисходящего проектирования в виде информационной модели, причем в процессе разработки модель самооценки вначале рассматривается как единый объект, а затем производится декомпозиция этого объекта вплоть до условно неделимых компонентов процедур.

На первом этапе процессов самооценки СМК выявлены основные группы характеристик модели [1]:

- 1) руководство (роль руководства в организации работ) – слой 1;
- 2) управление людьми (использование потенциала работников) – слой 2;
- 3) политика и стратегия (планирование в области качества) – слой 3;
- 4) ресурсы (рациональное использование ресурсов) – слой 4;
- 5) процессы (управление технологическими процессами и процессами выполнения работ) – слой 5;
- 6) удовлетворение людей (удовлетворенность персонала работой в организации) – слой 6;
- 7) удовлетворение заказчика (удовлетворенность потребителей) – слой 7;
- 8) воздействие на общество (влияние организации на общество) – слой 8;
- 9) деловые результаты (результаты работы организации) – слой 9.

На основе девяти выявленных групп характеристик модели определяются девять слоев модели, а также финансово-управленческий слой, соответствующий задаче доказательства результативности процедур модели делового совершенства. Таким образом, уже на первом шаге в модель закладывается процессный подход на уровне бизнес-процессов ПП.

На втором этапе процессов стандартизации СМК слои информационной модели рассматриваются как родительские объекты, представляющие собой совокупность дочерних процедур-объектов, которые затем в свою очередь рассматриваются как родительские объекты на следующем шаге декомпозиции и т.д. Дочерняя процедура процессов самооценки СМК – процедура, которую можно описать с помощью двух видов информационных элементов – элементов данных и элементов операций. В ходе разработки процедур модели делового совершен-

ства системы менеджмента качества ПП определены информационные потоки между слоями модели [2].

Модель самооценки процессов СМК ПП в данном случае представляется в виде набора девяти критериев: <руководство (доступность и взаимодействие с подчиненными; поддержка и признание успехов персонала на всех уровнях; ... ; регулярные встречи с потребителями и поставщиками; активная поддержка методов TQM; 0 – 1) идентификация>; <политика и стратегия (имеется заявление о миссии, видение и кредо ПП в области качества; существуют процедуры, учитывающие мнение сотрудников, заказчиков, поставщиков и потребителей ПП; ... ; сопоставление своих результатов с достижениями конкурентов и других первоклассных фирм; миссия и бизнес-политика охватывают все направления деятельности и весь персонал; 0 – 1) идентификация >; <управление людьми (обеспечена связь снизу вверх и сверху вниз между отдельными сотрудниками, отделами и подразделениями ПП; профессиональные возможности работников определены и сопоставлены с потребностями ПП; ... ; разработан и реализован план первичной подготовки, обучения и переподготовки сотрудников ПП; сотрудникам предоставлено право действовать; 0 – 1) идентификация>; <ресурсы (в бюджете учтены затраты, направленные на предотвращение дефектов, проведение контроля и брак; информационная система постоянно анализируется, деятельность по сбору информации совершенствуется; ... ; данные по качеству регистрируются и существуют специальные процедуры анализа этой информации; существуют процедуры выявления и анализа альтернативных и предполагаемых технологий, которые могут иметь влияние на бизнес; 0 – 1) идентификация>; <процессы (ключевые бизнес-процессы определяются и развиваются исходя из целей организации; стандарты на процессы точно определены и на всех соответствующих уровнях проводится оценка деятельности на соответствие этим стандартам; ... существует четкая система поддержки новых идей на всех уровнях; все изменения в процессах проверяются и анализируются; 0 – 1) идентификация>; <удовлетворение заказчиков (организован сбор информации по оценке степени удовлетворенности заказчика; установлены цели деятельности, которые непосредственно связаны с повышением степени удовлетворенности заказчика; ... ; постоянно осуществляется сравнение с первоклассными компаниями; результаты удовлетворения заказчиков систематически анализируются и улучшаются с учетом их изменяющихся потребностей; 0 – 1) идентификация>; <удовлетворенность персонала (выявлены ключевые составляющие, определяющие степень удовлетворенности персонала; закрепление и оценка ключе-

вых сотрудников; ... ; существует активная поддержка и предоставляются соответствующие полномочия сотрудникам для работы в составе групп улучшения; степень удовлетворенности персонала систематически анализируется, оценивается и повышается; 0 – 1) идентификация>; <воздействие на общество (существует системный подход к оценке влияния производств фирмы на окружающую среду и экологию вне производственной территории; существуют методы, обеспечивающие обратную связь от общественности, проживающей вокруг ПП; ... ; осуществляются мероприятия по поддержке местных жителей за счет участия ПП в реализации местных проектов; все результаты сопоставимы с наилучшими показателями других фирм и демонстрируют положительную тенденцию; 0 – 1) идентификация>; <деловые результаты (для каждого подразделения определены ключевые финансовые показатели и показатели деятельности; на местах разработаны планы деятельности подразделений по достижению целей бизнеса; ... ; все тенденции в деятельности ПП хорошо понятны персоналу; результаты оказываются удовлетворительными при сравнении с результатами конкурентов и первоклассных компаний; 0 – 1) идентификация>. Оценка значения каждого критерия производится по результатам процессной процедуры показателя менеджмента качества ПП по бальным шкалам $B_i \in [0; 1]$ с выделением реперных точек: 0 – отсутствие СМК ПП; 0,25 – минимальное значение партнерского резерва; 0,50 – среднее значение партнерского резерва; 0,75 – максимальное значение партнерского резерва; 1,00 – реализация партнерского резерва.

На третьем этапе оценка качества функционирования ПП в целом осуществляется путем суммирования результатов девяти критериев. Представление относительной важности процессов повышения менеджмента качества ПП с целью выбора «стартовой» точки для их реализации осуществляется при помощи диаграмм Парето. Для их построения используют резервы, найденные при помощи первоначальной самооценки критериев процессов менеджмента качества. В дальнейшем разрабатывается программа сценарных деревьев целей реализации процессов повышения менеджмента качества предприятий и организаций [3].

Список использованных источников

1. Маслов, Д.В. Сравнительный анализ мировых премий по качеству / Д.В. Маслов, Э.А. Белокоровин // Стандарты и качество. – 2005. – № 5. – С. 88 – 94.
2. Щукин, О.С. Самооценка деятельности организации по центрированной модели: концептуально-методологические основы адаптивного подхода: монография / О.С. Щукин – Воронеж : Воронежский государственный университет, 2007. – 295 с.

3. Герасимов, Б.И. Управление качеством: самооценка : учебное пособие / Б.И. Герасимов, А.Ю. Сизикин, Г.А. Соседов, Е.Б. Герасимова. – М. : ФОРУМ; ИНФРА-М, 2013. – С. 89 – 102.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ПРИНЦИПЫ, ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

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

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

К.Н. Савина

Рассмотрим, как определяется содержание современного менеджмента качества в соответствии с международным стандартом ISO 9000:2008.

Система менеджмента качества – система для установления политики качества, целей качества и для достижения этих целей.

Менеджмент качества – полный набор процессов, используемый в системе менеджмента качества.

Тотальный менеджмент качества – менеджмент качества организации охватывающий всю организацию.

Тотальный менеджмент качества должен быть основан на участии всех членов организации и направлен на достижение долгосрочного успеха, приносящего выгоды для всех заинтересованных сторон организации.

Организация должна иметь соответствующую философию и культуру, чтобы успешно ввести в действие тотальный менеджмент качества.

Тотальный менеджмент качества влияет на всю техническую и не техническую деятельность, осуществляемую организацией.

Политика качества – основные направления и цели организации, связанные с качеством, официально сформулированные высшим руководством.

Политика качества должна согласовываться с общей политикой и целями и предусматривать основные положения, необходимые для установления целей качества.

Принципы менеджмента качества могут создавать базу для установления политики качества.

Цель качества – то, чего добиваются или ставят целью, связанное с качеством.

Цели качества организации обычно проистекают из политики качества организации и их достижение должно быть проверено (верифицировано).

Цели качества, обычно специфицируются для разных уровней и затем обозначаются различными терминами.

Детализация целей качества на оперативном уровне должна быть количественной.

Планирование качества – часть менеджмента качества, сфокусированная на установление и интерпретацию политики качества, целей качества и требований качества и специфицирующихся (детально определяющих) как это будет достигнуто.

Управление качеством – часть менеджмента качества, сфокусированная на выполнение требований качества.

Менеджмент качества в своем развитии прошел к настоящему времени 6 основных фаз. Каждая фаза соответствует технологиям качества, которые применяются на предприятиях.

Методы менеджмента качества развивались под давлением противоречия между внутренними и внешними целями производителя – обеспечением качества выпускаемой продукции и, соответственно, укреплением положения производителя на рынке (внешняя цель), и повышением эффективности производства, то есть увеличением прибыли компании (внутренняя цель). Это противоречие на каждой стадии развития производства, рынка и общества имело свою специфику и по-разному разрешалось [2].

Фундамент (0-я фаза). Фундаментом обеспечения качества являются стандартизация, метрология и взаимозаменяемость компонентов продуктов. Исторически этот фундамент начал создаваться, начиная со второй половины XIX в., прежде всего, в военной промышленности. Главным «завоеванием» этой фазы стала *концепция стандартного качества* – создается «хороший» образец продукции (стандарт), который затем воспроизводится в серии с минимальными отклонениями. Конечно, нужно решить задачи и оценки качества стандарта, и измерения отклонений от стандарта тиражируемых продуктов (задачи метрологии). При этом все компоненты продукта также соответствуют идее «стандартного качества», т.е. являются *взаимозаменяемыми*. Если такой стандарт перешагивает границы предприятия, т.е. становится отраслевым стандартом, становится возможным разделение труда в масштабах отрасли – одни производят стандартные взаимозаменяемые компоненты, другие собирают из них стандартные продукты. К концу XIX в. стандарт – образец заменился стандартом – техническими требованиями, записанными в документе.

Фаза контроля качества. Научным обобщением и обоснованием опыта, накопленного на этой стадии, стали работы американского ученого, инженера и менеджера Фредерика У. Тейлора. Именно им предложена концепция научного менеджмента, включившая системный подход, кадровый менеджмент, идею разделения ответственности между работниками и управленцами в обеспечении качественной и эффективной работы организации, идею научного нормирования труда. Можно сказать, что благодаря деятельности Ф. У. Тейлора и Г. Форда была создана концепция организации машинного производства (производственная система Форда – Тейлора), которая в основных чертах просуществовала до настоящего времени, и является моделью организации производства большинства современных предприятий. Только в 1970-е гг. ей на смену стала приходиться другая концепция (производственная система Тойота) [3].

Основу концепции обеспечения качества этой фазы можно сформулировать так: «Потребитель должен получать только годные изделия, т.е. изделия, соответствующие стандартам. Основные усилия должны быть направлены на то, чтобы не годные изделия (брак) были бы отсечены от потребителя».

В рамках этой концепции повышение качества всегда сопровождается ростом затрат на его обеспечение, т.е. цели повышения эффективности производства и повышения качества изделий являются противоречивыми (не могут быть достигнуты одновременно).

Фаза управления процессами. Эта фаза начинается с 1920-х гг. как попытка если не разрешить, то ослабить противоречие в форме, свойственной предыдущей фазе. Статистические методы управления процессами дали в руки управленцев инструмент, который позволил сосредоточить усилия не на том, как обнаружить и изъять негодные изделия до их отгрузки покупателю, а на том, как увеличить выход годных изделий в техпроцессе [1].

Одним из замечательных достижений практики управления качеством стало создание аудиторской службы по качеству, которая в отличие от отделов технического контроля занималась не разбраковкой продукции, а путем контроля небольших выборок из партий изделий проверяла работоспособность системы обеспечения качества на производстве.

Ядром концепции обеспечения качества на этой фазе стало: «Сохраняется главная цель – потребитель должен получать только годные изделия, т.е. изделия, соответствующие стандартам. Отбраковка сохраняется как один из важных методов обеспечения качества. Но основные усилия следует сосредоточить на управлении производственными процессами, обеспечивая увеличение процента выхода годных изделий».

Внедрение концепции обеспечения качества в практику позволило значительно повысить эффективность производства при достаточно высоком качестве изделий и услуг, что создало условия для формирования глобального рынка товаров и услуг. В то же время, росло понимание того, что каждый производственный процесс имеет определенный предел выхода годных изделий, и это предел определяется не процессом самим по себе, а системой, то есть всей совокупностью деятельности предприятия, организации труда, управления, в которой этот процесс протекает. При достижении этого предела с новой остротой действует то же противоречие, что и на предыдущей стадии, – цели повышения эффективности производства и повышения качества изделий становятся противоречивыми.

Фаза менеджмента качества. Начало фазы постоянного повышения качества принято отсчитывать с 1950 г. Поворотным событием стало выступление с лекциями перед ведущими промышленниками Японии доктора Эдвардса Деминга. Им была разработана программа, основной идеей которой было: «Основа качества продукции – качество труда и качественный менеджмент на всех уровнях, то есть такая организация работы коллективов людей, когда каждый работник получает удовольствие от своей работы».

Программа базировалась не на совершенствовании отдельно взятых производственных процессов, а на совершенствовании производственной системы в целом, на непосредственном участии высшего руководства компаний в проблемах качества, обучении всех сотрудников компаний сверху донизу основным методам обеспечения качества, упора на мотивацию сотрудников на высококачественный труд. Место концепции недопущения брака к потребителю и концепции увеличения выхода годных изделий заняла концепция «0 дефектов».

Можно сказать, что именно на этой фазе обеспечения качества сложился менеджмент качества в его современном понимании. Противоречие между повышением качества и ростом эффективности производства в его прежних формах было преодолено – применение новых идей управления позволило одновременно повышать качество и снижать затраты на производство. Потребитель практически во всех странах стал получать товары и услуги высочайшего качества по доступной цене.

Список использованных источников

1. Чайка, И.И. Новое в стандартах ИСО серии 9000 и некоторые кризисные моменты в стандартизации систем менеджмента качества // Стандарты и качество. – 2007. – № 11.

2. Шадрин, А.Д. Качество и стандартизация в условиях рынка // Стандарты и качество. – 2006. – № 11. – С. 18 – 23.

3. Тэйлор, Ф.У. Принципы научного менеджмента / пер. с англ. А.И. Зак ; науч. ред. и предисл. Е.А.Кочерина // Контроллинг. – 1991. – С. 104.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ИЗМЕНЕНИЯ ВАЛОВОЙ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ В РОССИИ

**Сторожев А.К., 3 курс, специальность
«Механизация сельского хозяйства»**

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

Валовая добавленная стоимость характеризует структуру ВВП государства. Она отражает степень вклада соответствующих отраслей в национальный объем производства. По составу валовой добавленной стоимости можно судить о степени развития экономических отношений в стране, а также об их будущем развитии. В соответствии с классификацией принятой в России валовая добавленная стоимость включает 15 видов экономической деятельности, отражающих различные сферы производственной деятельности общества.

Анализ структуры валовой добавленной стоимости позволяет сгруппировать все виды экономической деятельности в три группы: сельское хозяйство, промышленность и услуги. По степени развития каждого из данных секторов можно судить о развитии государства. Так, в тех государствах, где преобладает сельское хозяйство сформировалось доиндустриальное общество, в тех государствах, где преобладает промышленный сектор сформировалось индустриальное общество, а в тех государствах, где преобладает сектор услуг сложилось постиндустриальное общество.

Проанализируем вклад каждого из видов экономической деятельности в ВВП нашей страны по состоянию на конец 2011 г. Как видно из данных табл. 1 наибольший вклад в ВВП страны вносит сфера услуг 56,6% (оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования, гостиницы и рестораны, транспорт и связь, финансовая деятельность, операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг, государственное управление и обеспечение военной безопасности; обязательное социальное страхование, образование, здравоохранение и предоставление социальных услуг, предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг). На основании этого нашу страну можно отнести к постиндустриальным странам.

1. Отраслевая структура валовой добавленной стоимости Российской Федерации за период 2004 – 2011 гг.

Вид экономической деятельности	Валовая добавленная стоимость, % 2004 г. [1]	Валовая добавленная стоимость, % 2011 г. [1]	Изменение, %
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	6	4,7	-1,3
Рыболовство, рыбоводство	0,3	0,2	-0,1
Добыча полезных ископаемых	11,3	11,4	0,1
Обрабатывающие производства	20,4	18	-2,4
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	4,2	4,4	0,2
Строительство	5,9	6,9	-1
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	19,3	19,5	0,2
Гостиницы и рестораны	1	1	
Транспорт и связь	10,9	10	-0,9
Финансовая деятельность	1,2	0,6	-0,6
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	8,6	10,6	2
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; обязательное социальное страхование	2,9	4,7	1,8
Образование	2,9	2,9	
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	3,5	3,7	0,2
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	1,6	1,4	-0,2
Итого	100	100	

На долю сельского хозяйства приходится 4,9% процента ВВП и на долю промышленности 38,5% (добыча полезных ископаемых, обрабатывающие производства, производство и распределение электроэнергии, газа и воды, строительство).

Если судить о динамике изменения вклада различных секторов экономики, то можно сделать следующие выводы. Доля сектора услуг выросла с 54 до 56,6%, т.е. на 2,6%. Доля сельского хозяйства сократи-

лась с 6,3 до 4,9%, т.е. на 1,4%. Доля промышленного сектора также снизилась с 39,7 до 38,5%, т.е. на 1,2%. Таким образом, за период с 2004 по 2011 гг. Россия продолжала укреплять позиции в качестве постиндустриальной страны, что объясняется сокращением роли сельского хозяйства и промышленного сектора и возрастанием доли сектора услуг. Анализ секторов экономики позволяет говорить о том, что у нашей страны существуют значительный потенциал к дальнейшему укреплению позиций постиндустриальной державы за счет дальнейшего укрепления сектора услуг в структуре ВВП.

Список использованных источников

1. Материалы сайта. – URL : www.gks.ru

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ СЕРИИ ИСО 9000 И МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА: ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

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

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

Международные стандарты семейства ИСО 9000 описывают элементы, которые должна включать система качества, а не способы внедрения в конкретной организации этих элементов. Эти стандарты не навязывают единообразие систем качества, поскольку система управления организации зависит от задач организации, вида производимой ею продукции и присущего ей конкретного практического опыта, и система качества одного предприятия неминуемо будет отличаться от системы качества другого предприятия. Эти стандарты описывают лишь минимальные требования, которые необходимо выполнить предприятию с точки зрения доказательства производителем своей способности к качеству при поставках.

Семейство стандартов ИСО 9000 редакции 2008 г., разработано, чтобы помочь организациям всех типов и размеров внедрить и использовать эффективные системы менеджмента качества. Сообща они образуют комплект родственных стандартов системы менеджмента качества, перечисленных ниже:

ИСО 9000 обеспечивает введение в системы менеджмента качества и словарь менеджмента качества.

ИСО 9001 устанавливает детальные требования для систем менеджмента качества, в случае необходимости продемонстрировать способность организации, обеспечить соответствие продукции.

ИСО 9004 обеспечивает руководство по внедрению широко развитой системы менеджмента качества, чтобы достичь постоянного улучшения деловой деятельности.

ИСО 10011 обеспечивает руководство по управлению и проведению внутреннего и внешнего аудитов системы менеджмента качества.

В стандартах ИСО серии 9000 2008 г. идентифицированы следующие восемь принципов менеджмента качества, способствующие достижению целей качества:

1) организация, сфокусированная на заказчика – организации зависят от своих заказчиков и поэтому должны понимать текущие и будущие нужды заказчика, выполнять требования заказчика и стараться превосходить ожидания заказчика;

2) руководство – руководители устанавливают единство цели, направления и внутреннюю окружающую среду организации. Они создают окружение, в котором люди могут стать полностью вовлеченными в достижение целей организации;

3) вовлечение людей – служащие всех уровней – это сущность организации, и их полное вовлечение дает возможность использовать их способности на благо организации;

4) процессный подход – желаемый результат достигается более эффективно, когда соответствующие ресурсы и деятельности управляются как процесс;

5) системный подход к управлению – идентификация, понимание и управление системой взаимосвязанных процессов, для заданных целей, способствующих результативности и эффективности организации;

6) постоянное улучшение – постоянное улучшение является неизменной целью организации;

7) подход принятия решений, основанный на фактах – эффективность решений основывается на логическом и интуитивном анализе данных и информации;

8) взаимовыгодные отношения с поставщиками – взаимовыгодные отношения между организацией и ее поставщиками повышает способность обеих организаций по созданию ценности.

Для функционирования организаций необходимо, чтобы они опереждали и управляли целым рядом взаимосвязанных процессов. Часто выход одного процесса будет являться входом другого процесса. Систематическая идентификация и управление различными процессами, реализуемыми внутри организации, и, в особенности, взаимосвязь между такими процессами рассматривается как подход, основанный на процессах, или «процессный подход».

Семейство стандартов ИСО серии 9000 редакции 2008 г. поощряют применение процессного подхода для управления организацией и ее процессами, а также рассматривает его как способ быстрого выявления и реализации возможностей для улучшения.

Основные требования к системе менеджмента качества, установленные международным стандартом ИСО 9001:2008, концептуально представлены на рис. 1 в виде «процессной модели».

Процессная модель, представленная на рис. 1 не имеет целью отразить процессы в деталях. Вместе с тем, все требования к системе менеджмента качества по достижению соответствия продукта и/или услуги могут быть размещены внутри модели.

Общая структура требований стандарта ИСО 9001:2008 состоит из следующих элементов [2]:

- система менеджмента качества;
- ответственность руководства;
- управление ресурсами;
- осуществление выпуска продукции;
- измерение, анализ и улучшение.

Рассмотрим, более подробно состав и назначение требований стандарта.

Система менеджмента качества

Все организации сформированы из систем, которые содержат один или более процессов. Система менеджмента качества является

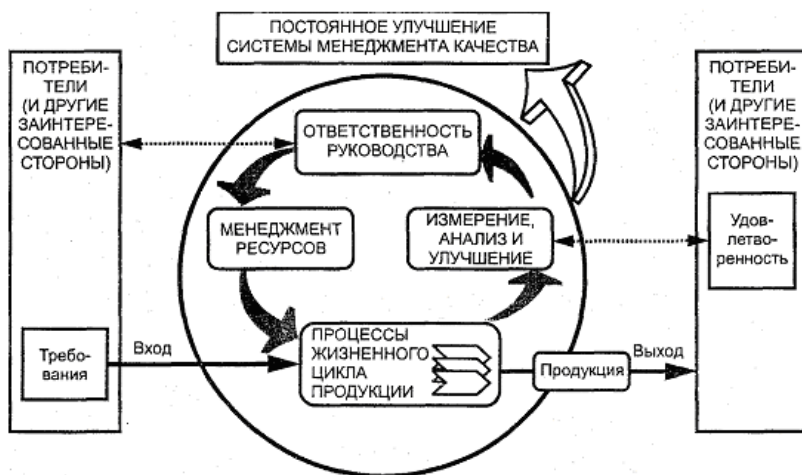


Рис. 1. Процессная модель

важной частью общей системы управления. Организация должна определить свои системы и процессы, содержащиеся внутри них, чтобы давать возможность системам быть ясно понятыми, управляемыми и улучшенными.

Организация должна установить и управлять процессами, необходимыми для обеспечения уверенности в том, что продукция и/или услуга соответствуют требованиям заказчика. В качестве способа внедрения и демонстрации, установленных процессов организация должна создать систему менеджмента качества, основываясь на требованиях стандарта ИСО 9000. Система менеджмента качества должна быть внедрена, поддерживаться в рабочем состоянии и подвергаться улучшениям со стороны организации (1).

Организация должна подготовить процедуры системы менеджмента качества, которые описывают процессы, необходимые для внедрения системы менеджмента качества. Масштаб и глубина процедур должна определяться такими факторами как размер и тип организации, сложность и взаимосвязь процессов, применяемые методы, а также квалификация и степень подготовки персонала, участвующего в выполнении работ. Они должны включать:

- общесистемные процедуры, которые описывают деятельность, необходимую для внедрения системы менеджмента качества;
- процедуры, описывающие последовательность и внутреннее содержание процессов, необходимых для обеспечения уверенности в соответствии продукции и/или услуги установленным требованиям;
- инструкции, описывающие операционную деятельность и контроль результатов процессами.

Каждой организации, основываясь на требованиях своих потребителей и применимых правительственных или законодательных требованиях, характере своей деятельности, а также своей общей стратегии, следует определить какие процессы должны быть документированы.

Ответственность руководства

В соответствии с требованиями стандарта, ответственность руководства должна включать следующие действия необходимые для достижения постоянного улучшения работы организации:

- планирование;
- организация и выполнение работ;
- проверка;
- улучшение.

Ответственность высшего руководства должна устанавливаться в соответствии с целью организации. Высшие руководители должны создавать и поддерживать внутренние окружающие условия, в кото-

рых люди могут стать полностью вовлеченными в достижение целей организации.

Стандарт подчеркивает, что согласие и вовлеченность высшего руководства является существенным для развития эффективной и продуктивной системы менеджмента качества, предназначенной для достижения выгод для всех заинтересованных сторон:

- высшее руководство должно фокусировать организацию на достижение этих выгод путем повышения удовлетворенности заказчика;
- высшее руководство должно определить цели внутри организации и ответственность всех руководителей и проводить работу таким образом, чтобы достичь этих цели;
- высшее руководство в процессе принятия стратегических решений должно также определить механизм оценки выполнения работ, что является их прямой обязанностью;
- высшее руководство должно также периодически оценивать культуру организации и проводить рассмотрение структуры организации для обеспечения того, чтобы постоянное улучшение являлось определяющим положением в развитии организации.

Фокус на действия, приносящие добавочную ценность для заинтересованных сторон, организационная гибкость, способность вовремя ввести на рынок новый продукт и/или услуги, управление рисками и соответствие нормативным требованиям должны быть определяющими моментами для улучшения.

Стандарт обращает внимание руководства организации, что ответственность руководства в отношении качества должна прилагаться ко всем аспектам менеджмента организации. Поведение организации по отношению к качеству, отражает подход к качеству ее руководства.

Основываясь на восьми принципах, положенных в основу стандарта, руководство должно обеспечить:

- повышение понимания, мотивации и вовлечения людей с помощью политик и постановки задач;
- планирование будущих изменений организации и менеджмента;
- установление и передача директив к достижению удовлетворенности заинтересованных сторон, которые воспринимаются обществом;
- восприятие требований качества.

Подход руководства к качеству должен соответствовать размеру организации и структуре с фокусом на достижение выработанных руководством целей, большие, чем на документацию. Выполнение задач также должно отражать величину и структуру организации и учитывать тот факт, что крупная организация может быть представлена как объединение более мелких единиц, каждая из которых может иметь

свои собственные дискретные задачи, являющиеся одновременно вкладом в цели организации.

Руководство должно определить свой подход к инновациям для улучшения работы. Это должно иметь место как для локальных инноваций и изменений, так и для постоянного улучшения во всех видах деятельности. Следует принимать во внимание необходимые ресурсы и коммуникации для обеспечения того, чтобы система менеджмента качества поддерживалась и развивалась вместе с изменениями организации.

Передача сообщений о задачах, требованиях и достижениях, в соответствии со стандартом, также является ответственностью руководства. Эта информация должна доводиться до всех заинтересованных сторон организации, включая заказчиков и поставщиков. Последствия неадекватной коммуникации должны быть определены руководством в терминах воздействия на выполнение работ и необходимых действий.

Желаемый результат достигается более эффективно и продуктивно, когда соответствующие действия и ресурсы управляются как процесс. Для того чтобы достичь желаемого результата, организация должна определить и управлять теми процессами, которые ассоциируются с достижением ее политики и решением задач. При определении таких процессов, должны приниматься во внимание нужды всех заинтересованных сторон.

Высшее руководство должно идентифицировать ключевые процессы, которые непосредственно относятся к реализации продукта и/или услуги. Высшее руководство должно также идентифицировать другие процессы, которые воздействуют на продуктивность ключевых процессов и/или на нужды заинтересованных сторон.

Стандарт предписывает определить собственника процесса, наделенного всеми правами и ответственностью для управления процессами и решения задач, поставленных перед процессом, нужды и ожидания заинтересованной стороны .

Стандарт предписывает, чтобы высшее руководство при определении целей и задач организации в области менеджмента качества, учитывала нужды всех заинтересованных сторон.

Процессы должны быть спланированы и внедрены таким образом, чтобы организация постоянно была информирована о текущих нуждах и ожиданиях всех заинтересованных сторон.

Организация должна сфокусироваться на создании ценности для заказчиков, обеспечивая в то же время баланс с интересами и ожиданиями всех заинтересованных сторон.

Нужды и ожидания всех заинтересованных сторон должны быть транслированы в требования и процессы внутри организации. Эти требования должны быть доведены до всех уровней организации. Процесс получения этой информации, превращения ее в требования и распространении требований до работников организации должен постоянно оцениваться для его улучшения.

Организации зависят от своих заказчиков и конечных пользователей. Они должны понимать текущие и будущие нужды заказчика и стараться превышать его ожидания. Заказчики и конечные потребители заинтересованы в соответствии, надежности, пригодности, своевременной поставке, послепродажном обслуживании и цене продукта и/или услуги, которую они получают [3].

Для того чтобы определить нужды и ожидания заказчика, организация должна:

- идентифицировать своих заказчиков и классифицировать их по категориям;
- определить, на каком рынке местном, региональном или мировом, происходит конкуренция;
- идентифицировать и оценить конкуренцию на этом рынке;
- определить ключевые характеристики, продукты и/или услуги и их относительную ценность для заказчиков;
- идентифицировать благоприятные возможности, слабости и будущие конкурентные преимущества.

Политика в области качества организации должна быть частью ее общих политик и согласовываться с другими политиками управления. Должно быть гарантировано понимание и включение в политику качества нужд заказчика и других заинтересованных сторон [2].

При установлении политики в области качества организация должна:

- оценить ожидаемый уровень удовлетворения заказчика с учетом конкуренции на своей доле рынка;
- принять во внимание баланс между удовлетворяемыми нуждами заинтересованных сторон и вкладом каждой заинтересованной стороны в достижении целей организации;
- оценить риски при решении организационных задач;
- оценить благоприятные возможности и необходимости для постоянного улучшения;
- идентифицировать необходимые ресурсы и способности поставщиков и партнеров.

Организация должна планировать качество и определять, как планирование качества может быть реализовано. Такие планы должны быть согласованы с политикой качества.

Планы должны подвергаться регулярным пересмотрам и ревизиям, когда это необходимо, чтобы отразить обратную связь от заказчика и других заинтересованных сторон. Изменения в окружающей среде организации в самом широком смысле должны быть также приняты во внимание.

Менеджмент ресурсов

Организация должна создать и внедрить планы развития ресурсов, базирующихся на ее долгосрочных перспективах.

Это может также включать в себя согласие и вовлечение людей и поставщиков в стратегию организации.

Ресурсы, существенные для внедрения и достижения целей и политики организации должны быть определены и предоставлены в распоряжение соответствующего персонала. Они могут включать людей, поставщиков, информацию, инфраструктуру, рабочие окружающие условия и финансовые ресурсы [4].

Следует уделять внимание продуктивности и своевременности применения ресурсов с точки зрения благоприятных возможностей и ограничений. Следует принимать во внимание использование ограниченных натуральных ресурсов и воздействие ресурсов на окружающую среду.

Ресурсы должны приниматься во внимание в обоих случаях, как для организации с непрерывным (серийным) изготовлением, так и для организаций, работающих по проектам.

Требования для всех ресурсов должны быть определены в реальных терминах, во всяком случае, нематериальные ресурсы, такие как знания должны быть также учтены.

Список использованных источников

1. Разумов-Раздолов, К.Л. От качества продукции в качеству управления // Стандарты и качество. – 2009. – № 3. – С. 84 – 87.
2. Окрепилов, В.В. Перспективы создания многоуровневой системы управления качеством // Стандарты и качество. – 2009. – № 1. – С. 58 – 65.
3. Михайлова, М.Р. Инструменты совершенствования менеджмента качества // Стандарты и качество. – 2009. – № 7. – С. 82 – 85.
4. Макаркин, Н.П. Роль самооценки в стратегическом управлении классическим университетом / Н.П. Макаркин, Т.А. Салимова, В.И. Маколов // Стандарты и качество. – 2008. – № 6. – С. 58 – 61.

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ И МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА: ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ И ВЗАИМОЗАВИСИМОСТЬ

Сычев В.А., студент 4 курса, специальность
«Стандартизация и сертификация»

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

Термин «устойчивое развитие» появился во второй половине прошлого столетия. Вполне обоснованным является определение, данное Международной комиссией по окружающей среде и развитию: «Устойчивое развитие – это такое развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности» [3].

Стратегической целью устойчивого развития России является повышение уровня и качества жизни населения на основе научно-технического прогресса, динамичного развития экономики и социальной сферы при сохранении воспроизводственного потенциала природного комплекса страны как части биосферы Земли, а также технологического потенциала в интересах нынешнего и будущих поколений [2].

Таким образом, существует прямая связь и зависимость между устойчивым развитием и менеджментом качества, ориентированным, в первую очередь на повышение качества жизни населения.

Менеджмент качества существует как научное направление с начала прошлого столетия. Однако долгое время была дилемма – чьей же является данная наука: технической или экономической? В настоящее время определено, что менеджмент качества как наука зародилась в умах философов и данная позиция считается фундаментальной, а затем была применена в экономической и технической составляющих жизнедеятельности человека.

В настоящее время менеджмент качества предполагает управленческое воздействие на объекты с целью максимального удовлетворения заинтересованных сторон (потребители, общество, государство, предприятия и т.п.).

Устойчивое развитие экономических субъектов невозможно без фокусирования и ориентации на развитие менеджмента качества, так как это направление, прежде всего, нацелено на стратегические цели, достижение которых возможно посредством эффективной реализации тактических и оперативных действий.

Одним из инструментов взаимодействия и взаимозависимости устойчивого развития и менеджмента качества выступает система менеджмента качества. Требования к таким системам могут предъявляться разнообразные. Однако в мировой практике доказали свою действенность требования международных стандартов ИСО серии 9000, которые в настоящее время изданы в пятой редакции.

В последнее время в рамках реализации стратегических целей все большую популярность приобретают интегрированные системы менеджмента применительно к качеству. Практическое создание интегрированных систем менеджмента осуществляется, как правило, по одному из следующих вариантов [7].

1. Создание аддитивных (от лат. *additio* – прибавление) моделей, когда к системе менеджмента качества организации, выполняющей роль базовой системы, последовательно добавляются система экологического менеджмента (СЭМ), система ОHSAS и т.д. (рис. 1). При применении данного варианта временной интервал между началом работ по внедрению одной системы и началом внедрения следующей может составлять от полугода до нескольких лет.

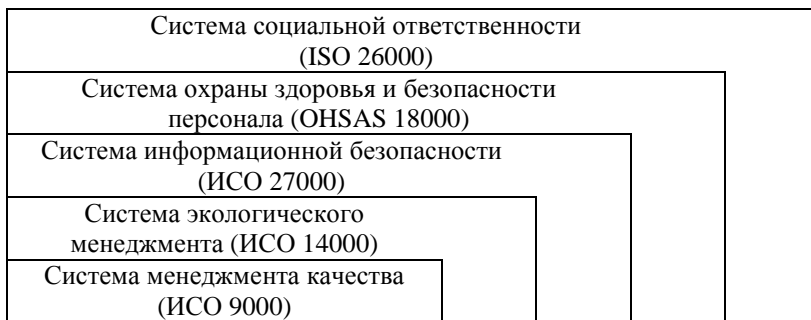


Рис. 1. Модель аддитивной системы менеджмента

2. Создание полностью интегрированных моделей, когда все системы менеджмента объединяются в единый комплекс одновременно (рис. 2). Несмотря на неоспоримые организационные и экономические преимущества данного варианта создания ИСМ, он встречается крайне редко, в первую очередь из-за сложности выполнения всех необходимых работ.

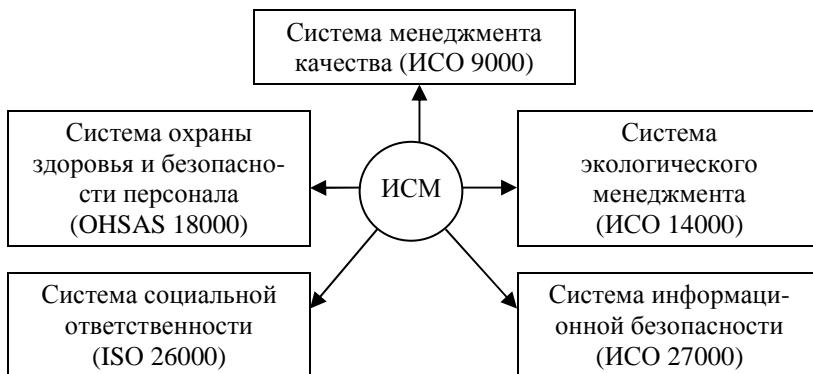


Рис. 2. Модель одновременного интегрирования систем

Создание интегрированной системы менеджмента должно строиться на принципах, установленных в международных стандартах. При этом в качестве базовых целесообразно применять принципы, сформулированные в стандартах ИСО серии 9000, в первую очередь процессный и системный подходы, принцип постоянного улучшения, а также лидерство руководителя и вовлечение персонала. Реализация данных принципов, с одной стороны, позволяет гармонизировать требования отдельных стандартов, а с другой – обеспечивает наибольшую интеграцию элементов СМК с элементами других корпоративных управленческих подсистем. Классификация последних с позиций формирования ИСМ представлена в табл. 1 [7].

Порядок формирования ИСМ может быть аналогичен порядку создания СМК в соответствии с требованиями ГОСТ Р ИСО 9001–2008.

Помимо создания стандартизированных систем менеджмента качества предприятия и организации могут обращаться к так называемым лучшим управленческим практикам (best practice), представляющим собой формализацию уникального успешного практического опыта. Согласно идее лучшей практики в любой деятельности существует оптимальный способ достижения цели, и этот способ, оказавшийся эффективным в одном месте, может оказаться столь же эффективным в другом. Иными словами, лучшие управленческие системы, подходы, процессы и инструменты – это те, которые дали выдающиеся результаты на одном предприятии (организации) и которые могут быть адаптированы к деятельности других предприятия (организаций) [7].

1. Классификация управленческих подсистем для целей формирования интегрированной системы менеджмента организации

Классификационный признак	Виды управленческих подсистем
По отношению к целям (с позиции учета стратегией интересов заинтересованных сторон)	<ul style="list-style-type: none"> – менеджмент отношений с потребителями (CRM, CSI – Customer Satisfaction Index); – менеджмент отношений с персоналом (HRM, ESI – Employee Satisfaction Index); – менеджмент отношений с обществом (SA 8000, CSR – Corporate Social Responsibility); – менеджмент отношений с поставщиками и партнерами (MRP, SCM)
По отношению к целям-средствам (материальным, финансовым, информационным и временным ресурсам)	<ul style="list-style-type: none"> – логистика (Enterprise Resource Planning – ERP, Material Requirements Planning – MRP); – менеджмент оборудования (Total Productive Maintenance – TPM); – финансовый менеджмент, менеджмент затрат (Financial Management – FM, Activity Based Costing – ABC); – информационные технологии и системы (Information Technology – IT); – менеджмент времени (Time Management – TM, Just-in-Time – JIT)
По отношению к различным аспектам менеджмента	<ul style="list-style-type: none"> – стратегический менеджмент (Strategic Management – SM); – менеджмент проекта (Project Management – PM); – маркетинговый менеджмент (Marketing Management – MM); – менеджмент знаний (Knowledge Management – KM, Learning Organizations – LO); – инновационный менеджмент (Innovation Management – IM); – менеджмент бизнес-процессов (Business Process Management – BPM); – менеджмент коммуникаций (Communication Management – CM); – менеджмент рисков (Risk Management – RM)

Выбор того или иного варианта улучшения (совершенствования) системы менеджмента качества организация осуществляет самостоятельно, исходя из ее состояния, уровня результативности и эффективности функционирования, а также наличия необходимых ресурсов. При этом на первых этапах функционирования СМК организации, как правило, используют типовые варианты и стандартизированные модели ее развития и улучшения. Это позволяет им сравнивать свою систему менеджмента качества и результаты ее функционирования с результатами других хозяйствующих субъектов в рамках бенчмаркинга.

Однако успешно развивающаяся компания, накопившая определенный опыт в области менеджмента качества, очень часто «вырастает» из стандартизированной модели СМК и ощущает осознанную необходимость что-то изменить в ней. Особенностью данного этапа является то, что в организации усиливаются взаимопроникновение, взаиморазвитие и слияние менеджмента качества и менеджмента как такового, возникает единый вектор их направленности – стремление к устойчивому развитию.

Таким образом, современное развитие организаций должно сопровождаться использованием современных инструментов, способствующих достижению устойчивого развития организации, среди которых достойное место занимает интегрированная система менеджмента на базе СМК. Только взаимодействие и взаимозависимость менеджмента качества и устойчивого развития позволяет всесторонне охватить деятельность организации и поступательно реализовывать стратегию устойчивого развития организации.

Список использованных источников

1. Основные положения стратегии устойчивого развития России / под ред. А.М. Шелехова. – М., 2002. – 161 с.
2. «Наше общее будущее» : Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР) / под ред. и послесл. С.А. Евтеева и Р.А. Перелета ; пер. с англ. – М. : Прогресс, 1989. – С. 50.
3. Бобылев, С.Н. Экономика устойчивого развития : учебное пособие / С.Н. Бобылев, Э.В. Гирусов, Р.А. Перелет. – М. : Изд-во Ступени, 2004. – 303 с.
4. Злобина, Н.В. Концептуальные основы стратегического развития менеджмента качества организации : монография / Н.В. Злобина, Е.М. Бакуменко. – Тамбов : Изд-во ФГБОУ ВПО «ГГТУ», 2012. – 124 с.
5. <http://ru.wikipedia.org>
6. Вдовин, С.М. Разработка системы менеджмента качества организации : учебное пособие / С.М. Вдовин, Т.А. Салимова, Л.И. Бирюкова. – Саранск : Изд-во Мордов. гос. ун-та, 2011. – 164 с.

СИНЕРГИЗМ ИНТЕГРИРОВАНИЯ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

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

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

К.Н. Савина

XXI век можно назвать веком качества. Став веком проверки политических институтов на прочность, приспособляемость, способность к развитию, он показал значение государства, как одного из высших достижений цивилизации, определяющего политику, в том числе в области качества [1].

В новом веке явственно обозначился ряд синергетических тенденций мировой экономики, которые определяют ее развитие в текущем XXI в. Эти тенденции состоят в следующем [2].

1. Глобализация экономической деятельности, выражающаяся во все большем расширении и углублении международных связей в сфере инвестиций, производства, обращения, снабжения и сбыта, финансов, научно-технического прогресса, образования. Постепенно на базе транснациональных корпораций (ТНК) складываются мощные международные хозяйственные комплексы, действующие во всеохватывающих, глобальных масштабах и ведущие конкурентную борьбу за рынки сбыта, материальные и финансовые ресурсы на мировой арене.

2. Либерализация мировой экономики, международной экономической деятельности, выражающаяся в постепенном (хотя далеко не всегда последовательном и прямолинейном) ослаблении или устранении препятствий на пути международного движения товаров, услуг, объектов интеллектуальной собственности, труда, капитала, финансовых ресурсов.

3. Регионализация мировой экономики, международной экономической деятельности, выражающаяся в формировании на всех континентах межгосударственных объединений (зон свободной торговли, таможенных союзов, «общих рынков», экономических сообществ и т.п.), предусматривающих создание благоприятных условий для развития экономических связей между странами-участниками. Примером наиболее глубокой региональной экономической интеграции может служить Европейский Союз, объединяющий ныне 15 стран и готовящийся к дальнейшему расширению за счет приема новых членов из числа стран Центральной и Восточной Европы.

4. Информатизация мировой экономики, выражающаяся во всем более широком использовании компьютерных систем, телекоммуникаций, сети Интернет в современной экономике, науке, образовании, культуре. Информационные технологии развиваются ускоряющимися, опережающими темпами, а информация – научно-техническая, экономическая, политическая, социальная – приобретает все большее значение в жизни общества, в том числе для международной экономической деятельности.

Каждая из указанных тенденций находится под влиянием как национальных особенностей, исторических традиций, экономической структуры отдельных стран, так и всей международной экономической и политической обстановки. Поэтому формы проявления данных тенденций часто и не всегда предсказуемо изменяются, осложняя общую ситуацию, и без того полную противоречий, связанных с усилением международной конкуренции. Кроме того, все указанные тенденции находятся во взаимосвязи друг с другом, образуя в своей совокупности весьма динамичную, сложную и противоречивую систему мировой экономики на ее современном этапе.

Система качества организации – совокупность составляющих ее (среду) объектов, находящихся в динамике. Взаимодействие исследуемых объектов в среде характеризуется как близкодействие – контактное взаимодействие. Среда объектов может быть реализована в физической, биологической и другой среде более низкого уровня, характеризующейся как газо-подобная, однородная или сплошная. В составе системы реализуется дальное действие – полевое и опосредствованное (информационное взаимодействие) [3].

Качество – это искусственный показатель, отражающий совокупное проявление многих факторов – от динамики и уровня развития национальной экономики до умения организовать и управлять процессом формирования качества в рамках любой хозяйственной единицы. Вместе с тем мировой опыт показывает, что именно в условиях открытой рыночной экономики, немислимой без острой конкуренции, проявляются факторы, которые делают качество условием выживания товаропроизводителей, мерилом результативности и хозяйственной деятельности, экономического благополучия страны.

Конкурентная борьба предприятий сегодня все чаще превращается в соперничество между их системами качества. Нередко предпочтение отдается тому поставщику, который имеет сертифицированную систему качества, а для успешной деятельности на внешнем рынке наличие такого сертификата является непременным условием.

Во второй половине XX в. мир вступил в период переоценки ценностей, когда количественные показатели во многих областях жизни

уступили место качественным. В особенности заметно смещение акцента с количества производимой продукции на ее качество. Во многом это обусловлено как недостатком (истощением) природных ресурсов и угрозой экологической катастрофы из-за загрязнения окружающей среды отходами промышленного производства, так и использованием более совершенных технологий и более эффективных систем управления производством, позволяющих производить продукцию стабильно высокого качества.

Проблема качества является важнейшим фактором повышения уровня жизни, экономической, социальной и экологической безопасности. Качество – одна из сложнейших и многоплановых категорий, с которой приходится сталкиваться человеку в жизни. Она пронизывает все сферы материального производства и общественных отношений.

Опыт стран с успешно развивающейся рыночной экономикой показывает, что именно качество – тот главный инструмент, который позволяет [1]:

- оптимально расходовать все виды ресурсов;
- снижать издержки производства и повышать производительность труда, тем самым, способствуя успешной деятельности организации;
- соблюдать все предъявляемые к продукции требования;
- воплощать в продукции ожидания потребителей;
- обеспечивать взаимопонимание и взаимодействие по всей цепочке от производителя до потребителя продукции;
- непрерывно совершенствовать процессы производства, обслуживания и управления;
- обеспечить удовлетворение, как производителей, так и потребителей продукции.

В соответствии с существующей философией предпринимательской деятельности вся полнота ответственности за качество изготавливаемой продукции и оказываемых услуг лежит на предпринимателе. По мере развития производства изменялись формы и методы организации работ по качеству.

В соответствии с определением Международной организации по стандартизации (ИСО), качество – это степень, с которой совокупность собственных характеристик выполняет требования. Под требованиями понимают потребность или ожидание, которое установлено, обычно предполагается или является обязательным.

В силу своей комплексности и многогранности качество – проблема, требующая на уровне организации согласованных усилий всех подразделений и служб для принятия решений. Согласованность уси-

лий – это непереносимое условие поддержания качества продукции на требуемом уровне. Чтобы данное условие соблюдалось в полной мере, необходима четкая программа действия, в которой формулируются цели и законы, методы и средства решения проблемы качества. Наличие такой программы позволяет не только иметь полное представление о состоянии проблемы качества и наметить соответствующие меры по ее решению, но и определить направления действий служб и подразделений в пределах их функций, области взаимодействия, требующих объединенных усилий.

Список использованных источников

1. Экономика и управление качеством: учет, анализ, методы, модели, инструменты и аудит : сб. науч. тр. ; прил. к журн. «Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского» / под науч. ред. д-ра экон. наук, проф. Б.И. Герасимова ; ФГБОУ ВПО «ТГТУ». – Тамбов, 2011. – Вып. 10. – 274 с.

2. Левшин, Л.М. Синергизм интегрирования системы менеджмента качества промышленного предприятия : монография / Л.М. Левшин. – Красноярск : СибГТУ, 2006. – 127 с.

3. Квалиметрия и управление качеством. Инструменты управления качеством : учебное пособие / С.В. Пономарев, С.В. Мищенко, Б.И. Герасимов, А.В. Трофимов. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2005. – 80 с.

РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ПРОЦЕССОВ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ (УСЛУГ) ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ

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

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

А.Ю. Сизикина

Для развития стратегии управления качеством продукции промышленного предприятия (ПП) необходим маркетинговый механизм управления. Применительно к системе менеджмента качества (СМК) формирование такого механизма следует рассматривать как распространение восьми принципов менеджмента качества, которые должны придерживаться организации: в центре внимания потребитель (customer focus); руководство (leadership); вовлечение персонала (involvement of people); процессный подход (process approach); системный подход к управлению (system approach to management); последовательное улучшение (continue improvement); принятие решений, основанное на фактах (factual approach

to decision making); взаимовыгодные отношения с поставщиками (mutually beneficial supplier relationships) [1].

Важным вопросом при идентификации маркетинговых резервов функционирования СМК ПП, являются вопросы снижения цены, при одновременном сохранении, или даже повышении качества продукции и услуг. Оптимизацию конкурентоспособности продукта, выпускаемого ПП предложено осуществлять на основе решения следующей задачи:

$$K = \frac{TU}{Ц} \Rightarrow \max,$$

где K – уровень качества продукции; TU – технический уровень продукции (показатели назначения, надежности, эргономические, экологические, патентно-правовые и др.); $Ц$ – цена продукции [1].

Исследование маркетинга как механизма взаимодействия «продавцов» и «покупателей» позволяет выделить в его структуре следующие резервы: маркетинговой деятельности, включающие: потребности, интересы, мотивы продавцов и потребности, интересы и мотивы покупателей; элементы деятельности, содержащие цели и средства продавцов, а также цели и средства покупателей; результаты деятельности, представленные и как институты (учреждения, организации, взгляды, концепции, теории, символы, обряды, ритуалы, ценности, законы, обычаи, нравы), и как функции (насыщение рынка нужными и качественными товарами и услугами); этапы процесса деятельности, включающие процедуры определения потребностей рынка, адаптации продукта к потребностям и стимулирующее воздействие на поведение потребителей [2].

По нашему мнению, маркетинговый подход к управлению качеством продукции на предприятиях есть результат комплексного совершенствования форм и методов всей совокупности процессов СМК продукции ПП, начиная от индивидуальной формы организации работ по качеству и заканчивая повсеместным внедрением системной организации работ по качеству (рис. 1).

Таким образом, маркетинговые процессы, направленные на повышение качества продукции ПП, можно охарактеризовать как разработку и реализацию маркетинговых решений (рыночный отбор, продукция, цена, дистрибуция и реклама), которые соответствуют потребностям потребителя. С другой стороны, маркетинг, исключая нанесение вреда, относится к маркетинговым решениям, которые поддерживают интересы других участников процесса управления качеством, т.е., не потребителей, например, служащих, акционеров, дистрибьюторов, поставщиков, местных общин и окружающего сообщества. На операционном уровне выгода в результате маркетинговых резервов и



Рис. 1. Важнейшие элементы маркетинга, формирующие SMK ПП

маркетинг, исключая нанесение вреда, могут перейти в разряд долгосрочной перспективы SMK ПП [2]. При этом регулирование качества промышленной продукции производится за счет более узкой специализации предприятия на производстве и поставке на рынок такого оборудования, уровень качества которого выше, чем у конкурентов, либо за счет расширения номенклатуры производимой продукции и услуг с выходом на новые рынки.

Реализация маркетинговых процессов повышения качества продукции ПП должна включать следующие подпроцессы: установление периодичности анализа (не реже одного раза в год); входные данные для анализа; анализ данных; рассмотрение результатов анализа и принятие решений; контроль выполнения решений (раз в квартал).

Список использованных источников

1. Герасимова, Е.Б. Управление качеством / Е.Б. Герасимова, Б.И. Герасимов, А.Ю. Сизикин. – М. : ФОРУМ: ИНФРА-М, 2012. – 256 с.
2. Завражина, К.В. Оценка удовлетворенности качеством жизни: маркетинговый аспект : монография / К.В. Завражина. – Тамбов : ИП Чесноков А.В., 2012. – 82 с.

МЕТОДЫ ФОРМИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОГО БЮДЖЕТА НА ПРИМЕРЕ ФИРМЫ, ФУНКЦИОНИРУЮЩЕЙ НА РЫНКЕ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

**Терехова Г.И., канд. экон. наук, доц. кафедры
«Экономический анализ и качество»**

Планирование и определение бюджета маркетинга является одной из весьма сложных задач, с которыми приходится иметь дело высшим руководителям фирмы. Бюджет маркетинга – это расходы на исследования рынков (конъюнктурные, средне- и долгосрочные), обеспечение конкурентоспособности товара, на информационную связь с покупателями (реклама, стимулирование сбыта, участие в выставках и ярмарках и т.д.), организацию товародвижения и сбытовой сети [2].

Финансовые средства на все это приходится черпать из прибыли, которая без таких расходов была бы по своей величине значительно большей. Однако, с другой стороны, без расходов на маркетинг вряд ли удастся в современных условиях продать достаточное количество единиц товара, чтобы окупить затраты на исследовательские работы и все остальные расходы, связанные с его производством, не говоря уже о получении прибыли. Поэтому выделение средств на маркетинг – это решение оптимизационной задачи с большим количеством переменных, влияние которых обычно не поддается точному учету, т.е. задачи типично прогностической. Влияние переменных, как правило, нелинейно и само должно находиться эмпирическим путем.

Из данных табл. 1 можно сделать вывод о том, что на долю сегмента мучнистых изделий приходится маркетинговых расходов в среднем за период 2013 – 2016 гг. – 22%, а на долю сегмента сахарных изделий – 78%. Причем в разные годы эта доля варьируется. Так, например, по сегменту мучнистых изделий самая большая доля расходов приходится на последующие годы реализации проекта (в среднем 24%), а в первые годы – меньше – до 20%. По сегменту сахарных изделий динамика расходов имеет тенденцию снижения темпов роста с 2013 по 2016 г. Так, в 2013 г. доля расходов должна составить 80%, а в 2016 г. – 76%. Такое распределение маркетингового бюджета по годам и по сегментам экономически обоснованно мероприятиями стратегического характера, предусмотренными в маркетинговом плане фирмы на период 2013 – 2016 гг.

Фирма может планировать только те показатели, которыми она способна управлять, например большую часть расходов. Остальные показатели – спрос, риски, действия конкурентов – можно только прогнозировать. При составлении бюджета предприятия основное внима-

1. Маркетинговый бюджет фирмы на 2013 – 2016 гг.

Сегмент мучнистых изделий	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Спрос (темп роста потребителей), %	101,8	102,7	103,9	105,1
Доля рынка, %	77,0	78,3	79,5	80,8
Новые потребители всего, чел.:	1 464 000	1 487 000	1 522 700	1 560 200
– из них в регионе	582 000	587 600	602 400	610 000
– за пределами региона	882 000	900 150	920 300	950 200
Повторные потребители (темп роста, %)	102,7	103,6	104,8	106,1
Доля повторных потребителей из числа новых, %	51,0	62,0	73,0	84,0
Маркетинговый бюджет				
Издержки по расширению клиентской базы, тыс. р.	2700,0	3100,0	3900,0	4050,0
Издержки по удержанию существующих потребителей	1600,0	2400,0	2800,0	3300,0
Маркетинговые расходы	4300,0	5500,0	6700,0	7350,0
Спрос (темп роста потребителей), %	102,1	103,8	104,5	106,2
Доля рынка, %	29,0	29,5	30,4	30,7
Новые потребители всего:	950 000	1 010 000	1 086 000	1 207 000
Из них в регионе	420 000	450 000	476 000	502 000
За пределами региона	530 000	560 000	610 000	705 000
Доля повторных потребителей из числа новых, %	54,0	66,0	79,0	90,0
Темп роста повторных потребителей, %	101,8	103,2	103,9	105,1
Маркетинговый бюджет				
Издержки по расширению клиентской базы, тыс. руб.	13 300,0	13 800,0	14 500,0	16 000,0
Издержки по удержанию существующих потребителей, тыс. руб.	3 600,0	3 900,0	6 100,0	7 200,0
Маркетинговые расходы	16 900,0	17 700,0	20 600,0	23 200,0
Совокупный маркетинговый бюджет	21 200,0	23 200,0	27 300,0	30 500,0

ние уделяется, как правило, его расходной части, а доходная часть недостаточно детализируется и зачастую не обосновывается. Правильный выбор методов прогнозирования доходов компании и учет всех существенных факторов, влияющих на значение прогноза, позволят сделать его более точным [1].

Прогноз доходов необходим фирме не для определения будущих финансовых показателей, а для разработки стратегии и тактики на прогнозный период. Необходимо помнить, что прогноз – не самоцель. Поэтому методы прогнозирования не должны быть особо точными, а должны лишь корректно отражать специфику бизнеса и верно указывать направления управленческих решений, принимаемых фирмой.

2. Прогноз объемов прибыли от маркетинговых мероприятий по сегментам рынка

Сегмент мучнистых изделий	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Спрос, тыс. р.	83 744,0	85 977,0	89 512,0	91 958,0
Доля рынка, %	77,0	78,3	79,5	80,8
Выручка, тыс. р.	64 483,0	73 200,0	71 162,0	74 302,0
Маржа, %	42,6	42,9	43,0	43,0
Валовая прибыль, тыс. р.	27 470,0	28 880,0	30 600,0	31 950,0
Маркетинговые расходы, тыс. р. бюджет	4 300,0	5 500,0	6 700,0	7 350,0
Чистая эффективность маркетинговых мероприятий, тыс. р.	23 212,0	23 380,0	23 900,0	24 600,0
Сегмент сахарных изделий				
Спрос, тыс. р.	81 292,0	609 153,0	654 200,0	705 147,0
Доля рынка, %	29,0	29,5	30,4	30,7
Выручка, тыс. р.	168 574,7	79 700,0	98 870,0	216 480,0
Маржа, %	36,4	35,9	35,4	35,2
Валовая прибыль, тыс. р.	61 361,2	64 500,0	70 400,0	76 200,0
Маркетинговые расходы, тыс. р.	16 900,0	17 700,0	20 600,0	23 200,0
Чистая эффективность маркетинговых мероприятий, тыс. р.	44 61,2	46 800,0	49 800,0	53 000,0

Инвестиции характеризуются, среди прочего, двумя взаимосвязанными параметрами: риском и прибыльностью (доходностью). Как правило, чем выше риск инвестиций, тем выше должна быть их ожидаемая доходность.

Прибыльность инвестиций – это получение дохода от инвестирования средств. Расчет прибыльности инвестиций:

$$а) 2013 \text{ г.} = 32\,300 \cdot 100\% / 14\,620 = 220,9\%;$$

$$б) 2016 \text{ г.} = (24\,600 + 53\,000) 100\% / (7350 + 23\,200) = 254,4\%.$$

Влияние маркетинговых мероприятий на прибыльность: при успешной реализации данного маркетингового плана предприятию удастся увеличить свою долю кондитерских изделий на рынке в сегменте – мучнистые – до 80,8, а в сегменте – сахарные – до 30,7%. При этом фирма предположительно увеличит свою валовую прибыль по сегментам на 14 910 тыс. р. и на 48 900 тыс. р. или соответственно в 1,9 и 2,8 раза. Прибыльность инвестиций в маркетинг (отношение чистой эффективности маркетинговых мероприятий к общему маркетинговому бюджету) вырастет с 220,9% в 2012 г. до 254,4% в 2016 г.

Список используемых источников

1. Акулич, М.В. Анализ структуры сбыта предприятий в контексте проблемы финансового планирования // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 1. – С. 33 – 36.

2. Организация и методы исследования спроса и рынков сбыта в современных условиях : науч.-анал. обзор. – М. : ИНИОН, 2002. – 96 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАТЕРИАЛОВ АНАЛИЗА ПОКУПАТЕЛЬСКОГО СПРОСА В РАЗРАБОТКЕ МАРКЕТИНГОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ФИРМЫ

**Терехова Ю.О., канд. экон. наук, ассистент кафедры
«Экономический анализ и качество»**

Самыми трудоемким процессом в маркетинговых исследованиях является проведение опроса потребителей. Для проведения исследования следует разработать анкету, содержащую основные вопросы, позволяющие понять покупательское поведение [1]. Так, производственной фирмой, работающей на рынке кондитерских изделий, был проведен опрос в отношении вафельной продукции. Опрос проводился в городах, где имеются представительства фирмы. Всего было опрошено 1850 респондентов, из которых 70,6 – женщины, 29,4% – мужчины. Возрастной состав респондентов представлен такими показателями: до 15 лет – 3,9; 15 – 25 лет – 20,3; 25 – 40 лет – 26,9; 40 – 55 лет – 28,8;

старше 55 лет – 20,1%. Социальная принадлежность респондентов: учащиеся – 22,1; служащие – 38,3; предприниматели – 16,6; рабочие – 1,8; работники торговли – 6; медработники – 0,5; пенсионеры – 13,4; домохозяйки – 1,3%. В результате опроса было установлено, что 33,7% опрошенных жителей Тамбова покупают вафельную продукцию один раз в месяц. Немалое число опрошенных респондентов (25,9%) совершают покупку данного вида кондитерских изделий один раз в две недели. Один раз в неделю покупают вафли 21,6% опрошенных. Наиболее часто величина отвесов составляет 500 г (31,9%) и 300 г (26,8%). Лидирующей торговой маркой оказалось наименование «Артек» (24,6%). На втором месте «Сливочные» (12,1%), «Лимонные» чаще покупают 8,3% опрошенных.

Из многообразия представленных на рынке вафельных изделий потребитель все-таки в основной массе предпочитает традиционные вафли (37%). Остальные предпочтения распределились следующим образом: вафли, глазированные шоколадной глазурью – 24; вафельные торты – 21,9; вафельные трубочки – 15; все виды – 2,1%.

Что касается формы реза вафель, стоит отметить, что больше всего потребителям нравятся вафли узкой нарезки (40,3%), неизменно традиционную форму предпочитают 32,6% опрошенных. Квадратная форма вафель также нашла своего потребителя (24,4%).

Относительно фасовки предпочтения потребителей разделились следующим образом: весовые – 59,9, фасованные – 40,1%. Предпочтительнее оказалась 100 г фасовка (36%), 60 г фасовку вафель приобретают чаще 28,2% респондентов. Немалое количество опрошенных, а именно 23% предпочитают 200 г фасовку вафель. Основным мотивом при выборе фасованных вафель является утверждение того, что их «удобно взять с собой в дорогу» (25%). Из соображений гигиеничности покупают фасованные вафли 20,4% опрошенных. Считают, что фасованные вафли более длительное время сохраняют свои вкусовые качества в отличие от весовых – 18,5% респондентов. 14,4% опрошенного населения отдадут предпочтение фасованным вафлям, так как их удобно положить ребенку в ранец в школу.

Эстетичность при покупке важна 13% опрошенных респондентов. Весовые вафли предпочитает 59,9% населения. Для многих из них (41,1%) это связано со значительной разницей в цене между фасованными и весовыми вафлями. Или, иными словами, даже при желании покупать фасованные вафли, респонденты не имеют возможности их приобрести. Нужного веса фасовки не находят 17,3% респондентов. Среди опрошенных были и такие, которые считают, что качество весовых вафель лучше, чем качество фасованных (13,3%). Некоторые потребители просто привыкли покупать весовые вафли (11,1%).

На вопросы, касающиеся такого кондитерского изделия, как вафельный торт, предпочтения потребителей разделились следующим образом: 51% опрошенных потребителей покупает торт в картонной упаковке, в пластиковом прозрачном диплоке вафельный торт купят охотнее 30,7% респондентов. Что же касается веса вафельного торта, то неожиданно для производителя, респонденты большинством своим (25,4%) предпочли 500 г упаковку. 300 г торт покупают 22,6% опрошенных. 13% респондентов предпочли традиционный в данное время 250 г вафельный торт.

Относительно предпочтений респондентов к тому или иному производителю, стоит отметить, что в силу того, что самое большое количество опрошенных было по городу Тамбову, то, следовательно, и наибольшее количество баллов набрала Кондитерская фабрика «ТАКФ», а именно 17,4%. Московским производителям отдали свое предпочтение 14% опрошенных респондентов. Продукцию «Красного Октября» покупают 11,4% опрошенных.

В последнем вопросе анкеты ее авторы попросили своих респондентов немного пофантазировать на тему: «Какие новинки вафельной продукции Вы хотели бы увидеть на своем столе?» Вафельные пирожные захотели бы увидеть 15,1% опрошенных горожан, вафли с мармеладной начинкой пожелали попробовать 9,7 опрошенных, вафли с ореховой начинкой 9,4, вафли с миндалем 9,2, вафельные конфеты 7,7%.

К 2013 г. фирмой «ТАКФ» планировалось увеличение объемов производства до 12 тыс. т в год. Сложившаяся система сбыта на предприятии с объемом поставок в 4 тыс. т в год – это сбытовая структура Тамбова и области, в которую входят оптово – розничные предприятия таких городов как: Котовск, Моршанск, Рассказово, Кирсанов, Уварово, Первомайск, Жердевка, Мичуринск и магазины города, включая фирменную торговлю и торговые точки, обслуживаемые торговыми агентами фирмы. Оставшиеся 8 тыс. т готовой продукции фирма планирует реализовывать через оптово-розничные предприятия городов: Липецк, Пенза, Омск. Уфа; через структурно-сбытовые подразделения «Красного Октября» и через региональных оптовых покупателей в том числе бартерные операции.

Для стимулирования сбыта используются различные инструменты. Основная роль принадлежит рекламе. Фирма использует современные средства рекламы: имеет свой сайт в Интернете. Он содержит различную информацию: историю создания кондитерской фабрики, состав структурных подразделений и их руководителей, каналы сбыта, продукция, награды, полученные фирмой на ярмарках и выставках.

Фирма имеет широкие возможности для применения наружной оформительской рекламы. Концепция оформления рекламных щитов разрабатывается работниками службы маркетинга. К созданию и монтажу привлекаются художники, входящие в штат фирмы или заключается договор со специализированной рекламной организацией. Для размещения рекламных щитов и панно фирма, как правило, использует собственный бетонный забор или глухие стены домов. Удобное расположение предприятия в самом центре города у Центрального рынка обеспечивает экономию средств на аренду площади для размещения рекламы и широкий охват потенциальных покупателей. На рекламных щитах изображаются товары-новинки.

Фирмой достаточно широко применяется реклама на телевидении. Для этого используются как местные, так и центральные телевизионные каналы.

Наиболее часто применяется телереклама в виде наложения электронного логотипа ОАО «ТАКФ» в углу экрана. Кроме того на телевидении демонстрируется репортажный рекламный ролик, хронометраж до 30 сек. В рекламном ролике показаны цеха предприятия, отдельные технологические операции, административные службы, торговые залы фирменных магазинов «Чародейка», «Тамбовская казначейша». Текст, читаемый диктором за кадром, сообщает о расширении ассортимента выпускаемой продукции, о появлении новой марки конфет «Бабушкины сказки», удовлетворяющие как традиционные вкусы, так и новые потребности.

Кондитерская фирма ОАО «ТАКФ» широко использует радиорекламу: на волнах ХИТ-FM, Радио РОКС звучит рекламная песенка, в которой обыграно название конфет «Веселая семейка». Для ее создания был привлечен вокально-инструментальный ансамбль Тамбовского государственного технического университета.

Иногда предприятие использует рекламу в прессе, помещая в местных еженедельниках «Все для Вас», «Из рук в руки» объявления о приглашении к сотрудничеству оптовиков, о предоставлении им услуг по доставке товаров, о гибкой системе цен, о праздничных скидках.

Особое место уделяется внутримагазинной рекламе. Фирменная торговая сеть, представленная магазинами и палатками оформлена с использованием символики кондитерской фабрики. Зона входа оформлена вывеской с названиями магазинов и фирменным знаком обслуживания, причем двойным: ОАО «ТАКФ» и ОАО «Красный Октябрь».

В отделах, торгующих через прилавки, оформлены прилавки-витрины, витрины. Недостатком работы является недостаточно красочное оформление оконных витрин. Магазины фирмы размещены в торговой части города, на городском рынке, мимо проходит большое

количество прохожих, поэтому оформленные витрины могли бы привлечь посетителей, увеличить посещаемость магазина.

Список использованных источников

1. Китаев-Смык, А. Л. Комплекс мер по модернизации сбытовой политики предприятия // Управление компанией. – 2006. – № 5. – С. 34 – 38.

РАЗВИТИЕ КОНЦЕПЦИИ ПОСТОЯННОГО УЛУЧШЕНИЯ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ АУТСОРСИНГА

Толстошина В.А., канд. экон. наук, ассистент кафедры
«Экономический анализ и качество»

Одна из основных целей внедрения системы менеджмента качества – создание в организации условий, способствующих постоянному улучшению каждого из ее процессов. Взаимно усиливая друг друга, эти улучшения ведут к более совершенной системе. Аутсорсинг же является инструментом стратегического улучшения СМК и деятельности организации в целом, заключающийся в полной или частичной передаче процесса СМК сторонней специализирующейся организации (аутсорсеру).

Осуществление одного из основных принципов TQM – «постоянного улучшения» – возможно путем реализации цикла PDCA. Этот цикл универсален и применим ко всем процессам в организации. Однако на практике организации разрабатывают различные подходы к методологии постоянного улучшения процессов, при этом некоторые этапы цикла Шухарта-Деминга могут быть объединены или, наоборот, представлены в развернутом виде, что указывает на их важность в системе ценностей компании.

Следует отметить, что исходная концепция цикла была основана на разделении функций в организации (рис. 1). Однако в каждом из кругов можно обозначить внутренний круг того же цикла PDCA (рис. 2) [1, с. 24], так как вся деятельность организации совершается по данной схеме и для каждого из участников она осуществляется на своем уровне полномочий и ответственности.

Концепция улучшения СМК организации на основе внедрения аутсорсинга в соответствии с циклом Шухарта-Деминга представлена на рис. 3, где этапу «Планируй» соответствует *«Постановка целей и задач развития СМК на основе аутсорсинга»*, этапу «Делай» – *«Внедрение аутсорсинга»*, этапу «Проверяй» – *«Оценка результативности СМК организации»*, этапу «Воздействуй» – *«Выполнение необходимых корректирующих действий»*.

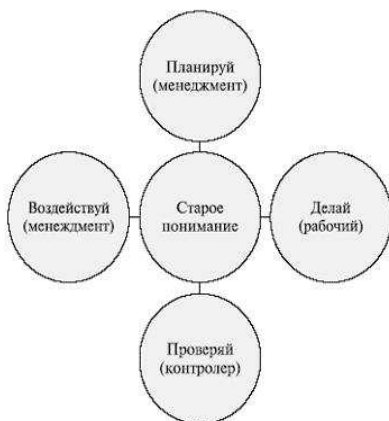


Рис. 1. Старое понимание цикла PDCA

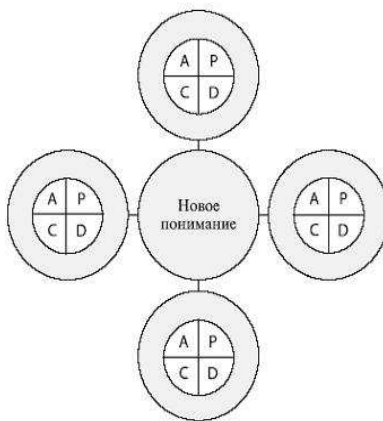


Рис. 2. Новое понимание цикла PDCA [1]

Этап «Постановка целей и задач развития СМК на основе аутсорсинга» включает в себя следующий внутренний цикл.

Р: выбор стратегии организации заключается в обосновании необходимости стратегического развития СМК, позволяющий определить готовность руководства организации к стратегическим изменениям; идентификации стратегических изменений в СМК, предполагающих выявление целевой ориентации изменений; анализе исходного состояния организации, в том числе проведении аудита (определение готовности организации к стратегическим изменениям); разработке концепции стратегического развития СМК на основе именно аутсорсинга, а не других инструментов менеджмента в течение продолжительного периода времени.

Д: постановка целей и задач развития на основе аутсорсинга, т.е. определение процессов СМК для передачи в аутсорсинг, их результатов, ключевых элементов реализации и выбор стратегических партнеров по реализации этих процессов.

С: оценка достижения целей предполагает промежуточное и заключительное сравнение плановых и фактических результатов и показателей развития, обоснование эффективного использования ресурсов организации, выраженных в денежной форме и др.

А: осуществление корректирующих действий, т.е. при необходимости осуществление действий по устранению причин выявленных несоответствий.

Этап «Внедрение аутсорсинга» включает в себя следующий внутренний цикл.

Р: разработка аутсорсинг-контракта заключается в создании документа, имеющего ряд стандартных пунктов, таких как, наименования и адреса сторон, предмет договора, условия, сроки и форма оказания услуг и их оплаты, права, обязанности и ответственность сторон. В контракте подробно необходимо определить методы и порядок управления процессом аутсорсинга, критерии качественной оценки поставщика услуг, механизм разрешения спорных вопросов, потенциальные риски.

Д: выполнение контракта предполагает конкретное взаимодействие с партнером-аутсорсером в рамках разработанного документа.

С: оценка выполнения контракта осуществляется на основе отчета, составленного по результатам проведенных мероприятий, который отражает степень выполнения контракта, отклонения показателей по сравнению с установленными графиком, изменения в ценах и появление новых проблем, требующих пристального внимания партнеров.

А: осуществление необходимых управляющих воздействий. Для этого совместная группа экспертов (включающая специалистов заказчика и исполнителя) должна наладить работу, которая обеспечит возможность внесения приемлемых дополнений и изменений, в случае возникновения спорных вопросов.

Этап *«Оценка результативности СМК организации»* включает в себя следующий внутренний цикл.

Р: адаптация методики оценки СМК. В настоящее время существуют множество методик оценки СМК организаций различных сфер деятельности. Однако необходимо выбрать одну, на основе которой возможно будет определить результативность СМК вне зависимости от того, какой из ее процессов был передан в аутсорсинг. Также следует обратить внимание на то, что в большинстве методик при расчете показателей результативности используются коэффициенты весомости, которые могут быть изменены и адаптированы к конкретной организации в зависимости от поставленных целей оценки.

Д: осуществление оценки СМК и анализ полученных результатов позволяет сделать выводы об эффективности принятого решения и узнать соответствуют ли полученные показатели работы запланированным, а также выявить проблемы и возможные пути их решения.

С: проверка соблюдения всех требований методики оценки СМК. Необходимо соблюдать репрезентативность выборки при расчете соответствующих коэффициентов результативности и следить за сопоставимостью показателей.

А: осуществление коррекций, корректирующих действий методики оценки СМК специалистами отдела управления качеством. Возможно также принятие решения высшим руководством о выборе другого способа оценки результативности СМК.

Этап *«Выполнение необходимых коррекций и корректирующих действий»* включает в себя следующий внутренний цикл.

Р: разработка плана коррекций, корректирующих действий. В организации, для эффективного функционирования СМК, разрабатывается документированная процедура «Корректирующие действия», устанавливающая единый порядок планирования, проведения и оценки результативности корректирующих действий по отношению ко всем видам несоответствий процессов и/или продукции. Непосредственно план корректирующих действий разрабатывается в установленный срок, после составления протокола об обнаружении несоответствия.

Д: осуществление коррекций, корректирующих действий проводит назначенное руководством организации ответственное должностное лицо за устранение несоответствий и причин несоответствий и оформляет результаты в виде плана корректирующих действий.

С: оценка выполнения коррекций, корректирующих действий. Корректирующие действия считаются результативными, если выявленное несоответствие больше не возникает после их реализации.

А: внесение изменений в план коррекций, корректирующих действий должно осуществляться в соответствии с процедурой «Управление документацией».

Таким образом, обосновано, что состав этапов цикла универсален для развития СМК любой организации, независимо от ее масштаба и сферы деятельности. Как показало исследование, некоторые этапы могут быть представлены в развернутом виде или объединены, но в целом вышеуказанные этапы удовлетворяют требованиям СМК. А предложенный цикл развития СМК организации на основе аутсорсинга направлен на постоянное улучшение СМК и организации в целом, а также на достижение поставленных краткосрочных и долгосрочных целей в области качества, и формирование конкурентных преимуществ для завоевания лидирующих позиций на рынке.

Список использованных источников

1. Адлер, Ю.П. Методы постоянного совершенствования сквозь призму цикла Шухарта-Деминга / Ю.П. Адлер, Е.И. Хунузиди, В.Л. Шпер // Методы менеджмента качества. – 2005. – № 3. – С. 21 – 26.

ТЕХНОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ НА ОСНОВЕ ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА

**Фетисова О.В., ассистент кафедры
«Экономический анализ и качество»**

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

Структура большинства российских организаций (как производственных, так и некоммерческих) является функционально-иерархической. Действительно, функциональное управление, основой которого является концепция разделения труда, наиболее распространено в мире. На практике эта концепция реализовывалась путем выделения в организации подразделений и отделов для выполнения конкретных задач в процессе создания ценностей. С ростом объемов управленческих работ росло количество требуемых для выполнения функций, а, следовательно, количество подразделений, их реализующих, и происходило сужение специализации, что в конечном итоге привело к обособлению функциональных подразделений и ослаблению межфункциональных связей. Каждое функциональное подразделение стало оптимизировать деятельность в области своей ответственности, что, в конечном счете, привело к подмене стратегической цели компании целевыми функциями подразделений и стало тормозить их развитие [1].

Функционализм привел к непомерному росту численности управленческого аппарата, к созданию функциональных барьеров, усложнению взаимодействий между подразделениями и препятствию внедрениям новых технологий (таких как проектное управление, командная работа, управление знаниями и др.). Недостатки функциональной структуры управления побудили компании к переориентации на процессный подход. Тем не менее, процессный подход, появившийся более полувека назад, до сих пор вызывает у специалистов множество вопросов.

Процессно-ориентированный подход используется во многих современных управленческих теориях (например, теории реинжиниринга, системе сбалансированных показателей, теории корпоративной устойчивости, модели устойчивого развития компании, универсальной системе показателей деятельности (и др.) и системах совершенствования организации на основе самооценки (премии М. Болдриджа, Европейская премия в области качества, Японская премия качества им. Д. Джурана, Премия Правительства Российской Федерации в области качества) [3].

В производственной практике процессный подход начал широко применяться с 2000 г., когда при пересмотре стандартов ISO серии 9000 была предложена совершенно новая идеология обеспечения качества и основой построения и функционирования системы менеджмента качества стал процессный подход. При пересмотре стандарта ISO 9001 в 2008 г. концепция процессного подхода так и осталась базовой для организации системы менеджмента качества.

В соответствии с ISO серии 9000 системы менеджмента качества строятся на основе восьми базовых принципов: ориентация на потребителя; лидерство руководства; вовлечение персонала; процессный подход; системный подход; постоянное улучшение; принятие решений на основе фактов; взаимовыгодные отношения с поставщиками [2, 5].

Принцип «ориентации на потребителя». Организации зависят от своих потребителей и поэтому должны понимать их текущие и будущие потребности, выполнять их требования и стремиться превзойти их ожидания. Применение данного принципа обычно приводит к: изучению и пониманию потребностей и ожиданий потребителей; передаче (распространению) информации о потребностях и ожиданиях потребителей по всей организации; измерению удовлетворенности потребителей и последующим действиям, основанным на полученных результатах, а также обеспечению сбалансированного подхода при удовлетворении потребителей и других заинтересованных сторон (таких как собственники, работники, поставщики, кредиторы, местные круги и общество в целом).

Принцип «лидерства руководства». Руководители обеспечивают единство цели и направления деятельности организации. Им следует создать и поддерживать внутреннюю среду, в которой работники могут быть полностью вовлечены в решение задач организации. Применение принципа «лидерство руководителей» позволяет получить ясные представления о будущем организации; установить перспективные цели и задачи; создать и поддерживать общие ценности и этические модели поведения на всех уровнях организации; обеспечивать работников необходимыми ресурсами и предоставить им свободу действий в рамках их ответственности и подотчетности.

Принцип «вовлечения персонала». Работники всех уровней составляют основу организации, и их полное вовлечение дает возможность организации с выгодой использовать их способности. При реализации этого принципа работники понимают важность своего вклада и своей роли в организации, выявляют ограничения в своей деятельности, оценивают свою деятельность на основе достижения поставлен-

ных перед ними целей и задач, а также свободно делятся своими знаниями и опытом, что повышает производительность труда и улучшает общую атмосферу в коллективе.

Принцип «системного подхода к менеджменту». Выявление, понимание и менеджмент взаимосвязанных процессов как системы вносят вклад в результативность и эффективность организации при достижении ее целей. Системный подход к менеджменту позволяет структурировать систему менеджмента для достижения целей организации наиболее эффективным и результативным способом, гармонизировать и интегрировать процессы, обеспечить понимание ролей и ответственности, необходимых для достижения общих целей, и понижение за счет этого межфункциональных барьеров.

Принцип «постоянного улучшения». Постоянное улучшение означает непрерывный поиск решений, направленных на превышение достигнутых результатов во всех аспектах деятельности организации, связанных с качеством. Диапазон улучшений может быть от постепенных, постоянно продолжающихся улучшений до стратегических проектов прорыва в сфере улучшения. Идея улучшения включает в себя три основных концептуальных подхода. Первый – это улучшение, достигаемое за счет проектов прорыва, т.е. нововведений принципиального характера (реинжиниринг). Особенностью этого подхода является упор на творческую деятельность. Второй – это постоянное улучшение путем усилий персонала шаг за шагом, посредством никогда не прерывающихся маленьких приращений, улучшающих существующее положение дел. И, наконец, третий подход – это постоянное улучшение, схожее с движением вверх по лестнице: каждый подъем в улучшении завершается фазой стабилизации, т.е. удержания достигнутых результатов, и предотвращением регрессии.

Принцип «принятия решений на основе фактов». Эффективные решения основываются на анализе данных и информации, что приводит к обеспечению уверенности в том, что данные и информация являются достаточно точными и достоверными.

Принцип «взаимовыгодных отношений с поставщиками». Организация и ее поставщики взаимозависимы, и отношения взаимной выгоды повышают способность обеих сторон создавать ценности. Применение этого принципа позволяет установить взаимоотношения с поставщиками и партнерами, которые обеспечивают баланс между краткосрочным выигрышем и долгосрочными соображениями, объединить практический опыт и ресурсы с опытом и ресурсами партне-

ров, идентифицировать ключевых поставщиков и создавать совместные процессы, к взаимной выгоде и повышению ценности.

Но определяющим принципом является принцип «процессного подхода к менеджменту», реализация которого неизбежно влечет за собой реализацию и остальных семи принципов.

Любая организация, которая хочет сохранить и улучшить позиции на рынке в долгосрочном периоде, должна ориентироваться в своем развитии на потребителей (как внешних, так и внутренних) и управлять процессами. Неэффективные внутренние процессы снижают рентабельность и конкурентоспособность организации, поэтому для организации важно своевременно и адекватно реагировать на изменения внешней среды соответствующими изменениями внутри организации. Сотрудники будут знать, как именно выполнять свою работу. Четкая структура взаимосвязи всех процессов организации позволит повысить «прозрачность» работы.

Переход предприятия к процессно-ориентированному управлению предполагает:

- идентификацию процессов;
- развертывание процессов;
- документирование процессов;
- определение последовательности и взаимодействия процессов

[4].

Идентификация процессов – первоочередная и, пожалуй, самая сложная работа, которую следует выполнить при реализации процессного подхода. Так как не существует стандартного перечня процессов, организации следует самой определить состав процессов, выполнение которых необходимо для выпуска продукции, отвечающей требованиям потребителей. Этот состав должен отражать специфику производства и ведения бизнеса организации.

Список использованных источников

1. Горбашко, Е.А. Управление качеством и конкурентоспособностью. – СПб. : Изд-во СПбФЭУ, 2005.
2. Овсянко, Д.В. Управление качеством. – СПб. : Высшая школа менеджмента, 2011.
3. Процессный подход в стандартах ИСО серии 9000 и на практике / под общ. ред. Г.Е. Герасимовой. – М. : «Трек», 2005.
4. Харрингтон, Дж. Совершенство управления процессами. – М. : Стандарты и качество, 2007.
5. Широкова, Г.В. Управление организационными изменениями. – СПб. : Изд-кий дом С.-Петербург. гос. ун-та, 2005.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ УРОВНЯ БЕЗРАБОТИЦЫ В ТАМБОВСКОЙ И ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТЯХ

Четырина М.А., бакалавр, 3 курс, по направлению
«Менеджмент»

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

Г.Л. Поповой

Человек является главным фактором производства в любой экономической системе, выступая в то же время и основной целью производства. В процессе своей целесообразной деятельности, определяемой как труд, человек создает потребительские ценности в виде товаров и услуг, вследствие этого формируется рынок труда. Рынок труда – это сфера формирования спроса и предложения рабочей силы [1]. Через рынок труда большинство работающего населения получает работу и доходы. На рынке труда предприниматели и продавцы рабочей силы совместно ведут переговоры, коллективные и индивидуальные, по поводу трудоустройства, условий труда и заработной платы. Уровень безработицы характеризует текущее состояние области. На уровень безработицы влияет такие показатели как: общая экономическая ситуация в мире, ВРП, количество рабочих мест, индексы производительности, уровень жизни населения, образование, численность населения.

Сравнительный анализ динамики уровня безработицы на примере Тамбовской и Воронежской областях представлен на рис. 1.

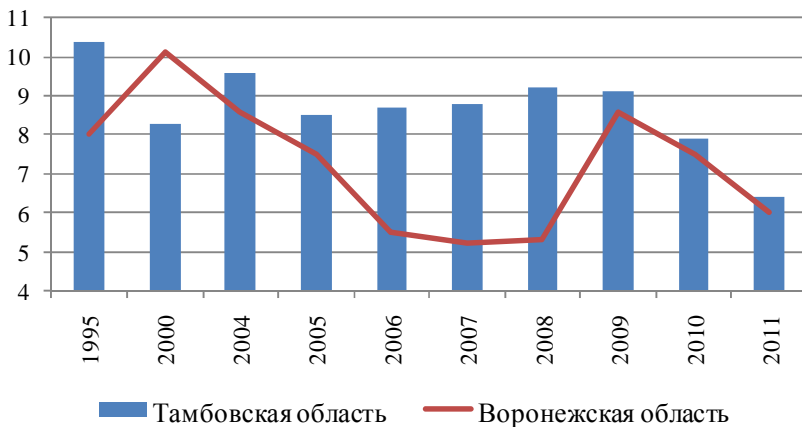


Рис. 1. Динамика уровня безработицы, %

За период с 2010 по 2011 гг. уровень безработицы Воронежской области ниже, чем в Тамбовской области на 0,4%. Это вызвано превышением численности экономически активного населения Воронежской области в 2010 г. на 574 тыс. чел. по сравнению с Тамбовской областью.

Уровень безработицы в Тамбовской области повышался в 2006, 2007, 2008 гг. В то время как в Воронежской области самый высокий темп прироста безработицы наблюдается в 2008, 2009 гг. (рис. 2). В базисном темпе прироста уровень безработицы в Тамбовской области увеличивался с 2007 по 2009 гг., в Воронежской области с 2008 по 2009 гг., наиболее высокий базисный темп прироста наблюдается в 2009 г. 94,8%. Мировой финансово-экономический кризис стал одной из главных причин повышения уровня безработицы тех лет.

Финансовый кризис резко выявил нерешенные проблемы промышленного комплекса: низкую производительность труда, низкую конкурентоспособность продукции вследствие этого избыточную занятость. Ситуацию осложнило ужесточение внешних условий. Это привело не только к замедлению инвестиционной активности предприятий. Под угрозой срыва оказалось даже обеспечение простого воспроизводства. Возросли ставки банковских кредитов, резко уменьшилась доступность финансовых ресурсов, появились случаи неплатежей, отмены заказов на производство продукции. Снижился «градус» доверия между предприятиями. Несмотря на это с 2009 г. уровень безработицы начинает снижаться. Снижение вызвано рядом причин: процедуры поддержки и оздоровления экономики, создание новых современных, высокотехнологичных рабочих мест (увеличение их количества

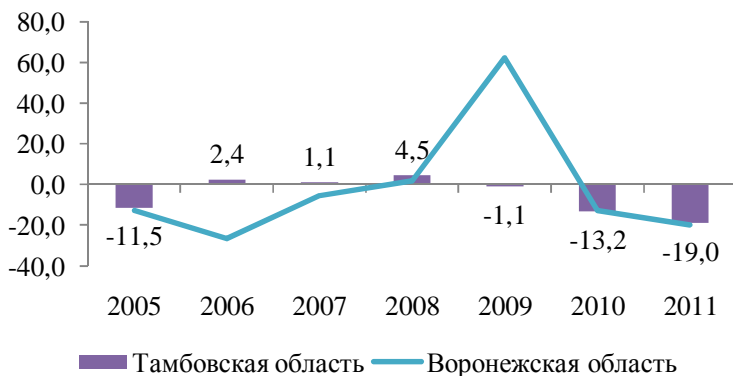


Рис. 2. Цепные темпы прироста, %

по сравнению с временными рабочими местами) на строительстве и введенных в действие приоритетных инвестиционных проектов позволили существенно снизить уровень общей и регистрируемой безработицы по областям в целом. Были приняты меры по оперативному решению возникших проблем. Так, организован еженедельный и ежемесячный мониторинг экономического состояния предприятий. Контролировались все случаи реального и прогнозируемого массового высвобождения работников.

С помощью регрессионного анализа было проведено исследование влияния индекса ВРП на уровень безработицы в Тамбовской и Воронежской областях (за период с 2005 по 2009 гг.). В результате расчетов были получены регрессионные модели (1) и (2):

$$\text{Тамбовская область: } y = 10,97 - 0,02x. \quad (1)$$

$$\text{Воронежская область: } y = 29,52 - 0,218x. \quad (2)$$

Полученные модели указали на наличие обратной связи между ВРП и уровнем безработицы. Наиболее тесное влияние на сокращение уровня безработицы оказывает рост индекса ВРП в Воронежской области.

В настоящее время актуальным является построение новой системы государственного регулирования рынка труда и управления предложением рабочих мест, поскольку стоит задача не только минимизировать нынешнюю безработицу, но и подготовиться к новым вызовам, в будущем неизбежным и связанным с ожидаемым сокращением численности трудоспособного населения.

Список использованных источников

1. dic.academic.ru
2. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2011 : стат. сб. / Росстат. – М., 2011. – 990 с.
3. Федеральная служба государственной статистики. – URL : www.gks.ru

КЛАССИФИКАЦИЯ ПРОЦЕССОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

**Шабаев А.В., аспирант кафедры
«Экономический анализ и качество»**

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

К.Н. Савина

Внедрение системы качества на предприятии часто бывает ориентировано исключительно на получение сертификата, которое является

для них стимулом. После решения этой задачи снижается интерес и стремление к поддержанию системы качества на предприятии. Аналогичная ситуация возникает при сокращении ожидаемого преимущества, например, кратковременного возрастания затрат или уменьшения числа заказов. Происходит ослабление усилий, и поведение, ориентированное на улучшение качества продукции или услуг, изменяется [1].

Для устойчивой мотивации персонала огромное значение имеет сочетание различных видов вознаграждения людей за положительные результаты или процессы их деятельности. В системе менеджмента качества применяются восемь способов вознаграждения [2].

1. *Деньги*. Стимулирующая роль денег особенно эффективна, когда предприятия вознаграждают своих сотрудников в зависимости от выполнения работы и получения конкретных результатов, а не за отсиженное на рабочем месте время.

2. *Одобрение* – еще более мощный способ вознаграждения, чем деньги, которые, конечно, всегда будут много значить. Почти все люди положительно реагируют, если чувствуют, что их ценят и уважают. Достаточно одобрить хорошее поведение, и оно вскоре повторится.

3. *Действие*. Служащие, которые приобретают акции и становятся совладельцами, ведут себя как владельцы. Но чтобы использовать этот способ вознаграждения, предприятие должно использовать групповое принятие управленческого решения вместо авторитарного и производить конкурентоспособный товар.

4. *Вознаграждение свободным временем* поможет удержать сотрудников от формирования привычки транжирить время попусту и позволит им больше времени тратить на себя и свою семью, если они будут справляться с работой раньше отведенного срока. Такой метод подходит для людей со свободным расписанием. В противном случае у руководства появляется соблазн повысить объем работы.

5. *Взаимопонимание и проявление интереса к работнику*. Способ вознаграждения наиболее значим для эффективных сотрудников-профессионалов. Для них внутреннее вознаграждение имеет большой вес. Такой подход требует от менеджеров хорошего неформального контакта со своими подчиненными, а также знания того, что их волнует и интересует.

6. *Продвижение по служебной лестнице и личный рост*. Этот способ вознаграждения требует серьезных финансовых затрат высшего руководства. Продвижение вверх дает власть, а не только материальные блага. Люди ее любят даже больше, чем деньги.

7. *Предоставление самостоятельности*. Этот способ особенно хорош, когда работники стремятся стать профессионалами, но ощущают над собой пресс контроля или чувствуют, что другую работу они

выполняли бы гораздо профессиональнее, с большей отдачей и лучшими результатами. Здесь искусство менеджера состоит в способности выявить такого сотрудника, что может быть затруднено приятием его действий за очередное контрольное мероприятие. Очень часто такие люди могли бы работать эффективно без надзора сверху, но отсутствие некоторой смелости не позволяет им обратиться по этому поводу к руководству.

8. *Призы.* Этот способ вознаграждения зависит от воображения менеджера, наиболее эффективен при вручении приза в присутствии работников фирмы.

Система менеджмента качества призвана обеспечивать качество продукции или услуг предприятия и «настраивать» это качество на ожидания потребителей (заказчиков). 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).

Причиной брака всегда являются неправильные действия. А для того, чтобы их избежать, необходимо формализовать (описать) правильные действия для создания качественной продукции или услуг, разработать инструкции по выполнению правильных действий и контролировать эти действия.

Для внедрения принципа процессного подхода необходимо осуществить еще ряд мероприятий объективного и субъективного характера, связанных непосредственно с людьми-работниками.

Рассмотрим объективные мероприятия [3].

1. *Необходимо реально внедрить управление на основе целей.* Это означает через постоянные постановки целей достижение общей цели предприятия. Для каждого уровня предприятия, каждого отдела, подразделения, каждого конкретного работника должна быть поставлена цель, причем цели должны быть как долгосрочные, так и текущие. Такое управление позволяет каждому сотруднику точно понимать, что он делает, для чего он это делает, и более точно оценивать свои действия с точки зрения приближения к цели. Достижение цели определяется получением конкретного результата. Работать необходимо на результат. При достижении поставленного результата, ставится новая цель и результат, определяющий ее достижение. Причем мотивация труда делает упор именно на достижение цели как текущей, так и долгосрочной.

2. *В обязательном порядке внедрить внутренние отношения клиент-поставщик.* Необходимо создать единый процесс, в котором каждый работник ощущал бы свою ответственность не только за свой участок работы, но и за весь процесс в целом. Основа такого процесса –

это внутренняя цепочка: процесс – клиент – поставщик. Каждый работник в процессе является поставщиком работы-продукта следующему по цепочке сотруднику-клиенту. В то же время этот же работник является клиентом предыдущего в цепочке работника. Работники передают друг другу работу, и каждый вносит в нее свою лепту.

Каждый одновременно является и клиентом и поставщиком. В основе лежат *субъективные мероприятия*. Необходимо создать дружественную доброжелательную атмосферу в коллективе, каждый член организации должен чувствовать себя в большой семье. Для этого все работники, задействованные в технологическом процессе, должны хорошо знать друг друга, знать характер работы своего коллеги и т.д. Для этого очень эффективно создание кружков качества, общие встречи вне рабочей обстановки и т.д.

В настоящее время общество входит в принципиально новую фазу своего развития. Определением эффективности экономики стал человек, мощь его интеллекта, крепость социальных и моральных принципов.

Инновационный характер организаций, его высокая наукоемкость, приоритетность вопросов качества продукции изменили требования к работнику, повысили значимость творческого отношения к труду и высокого профессионализма. Это и привело к существенным изменениям в принципах, методах и социально-психологических вопросах управления персоналом.

Изменения в принципах управления персоналом направлены в первую очередь на реализацию политики мотивации, которая приобрела решающее значение в современных условиях.

Следовательно, чтобы повышать эффективность предприятия, в первую очередь, нужно учитывать именно человеческий фактор, искать пути и мотивы его активизации, так как в хозяйственной деятельности человек не всегда рационален, он склонен к риску, непредсказуем, его поведение определяется множеством мотивов. Задача менеджеров – сделать работников способными к совместным действиям, придать их усилиям эффективность и результативность [4].

Список использованных источников

1. ГОСТ Р ИСО 9004–2010. Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации. Подход на основе менеджмента качества.
2. Швец, В.Е. Менеджмент качества в системе современного менеджмента // Стандарты и качество. – 1997. – № 6.
3. Управление качеством / под ред. С.Д. Ильенковой. – М. : ЮНИТИ, 1998.
4. Глудкин, О.П. Всеобщее управление качеством : учебник / О.П. Глудкин, Н.М. Горбунов, А.И. Гуров, Ю.В. Зорин. – М. : Радио и связь, 2009.

ФОРМИРОВАНИЕ РЕЗЕРВОВ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ПРОЦЕССОВ УЛУЧШЕНИЯ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

**Хуан Энь, соискатель кафедры «Экономический анализ и качество»,
старший преподаватель факультета торгово-промышленного
управления школы бизнеса «Хунаньский научный и технический
университет», г. Сянгань, Китайская Народная Республика**

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

А.Ю. Сизикина

Под резервами проектирования процессов улучшения системы менеджмента качества промышленного предприятия следует понимать приспособленность ее к проверке, обеспечивающей заданную достоверность информации при минимальных затратах труда, времени и средств на ее проведение [1].

Данное утверждение обусловлено тем, что качество изделий, услуг или других выходящих потоков предприятия определяется тем, насколько удовлетворены запросы потребителя, который их использует, и зависит от эффективности и результативности процессов, обеспечивающих производство этой продукции и его поддержку [2].

Улучшение качества достигается за счет улучшения проектирования технологических процессов. Каждый вид деятельности или элемент работы системы менеджмента качества (СМК) промышленного предприятия (ПП) состоит из одного или нескольких процессов.

Формирование резервов проектирования СМК ПП уменьшает или исключает уже возникшую проблему. Превентивные и корректирующие действия исключают причины возникновения проблемы или уменьшают их значимость, а следовательно, исключают или уменьшают вероятность их возникновения в будущем. Таким образом, превентивные и корректирующие действия улучшают технологический процесс на предприятии и являются критическими для улучшения качества [3].

Проектирование и мониторинг СМК и качества продукции ПП необходим для понимания вариабельности (изменчивости) и, тем самым, для решения проблем, а также улучшения результативности и эффективности деятельности предприятия. В соответствии с требованиями ИСО 9000:2008 объектами анализа должны быть: продукция (для демонстрации ее соответствия); процессы (для обеспечения гарантии соответствия СМК); собственно СМК (для ее непрерывного улучшения).

Формирование резервов проектирования СМК ПП включает следующие организационно-экономические элементы [3].

1. Ответственность и руководство в вопросах создания внешних условий для непрерывного улучшения качества возлагается на самый высокий уровень управленческой администрации. Администраторы осуществляют руководство и выполнение обязательств, необходимые для создания внешних условий для улучшения качества, за счет собственных действий, постоянного наличия и использования ресурсов [4].

2. Ценности, отношение и поведение. В число наиболее важных для улучшения качества ценностей, отношений и поведенческих норм входят: фокусирование внимания на удовлетворение запросов потребителя как внутреннего, так и внешнего; включение всей системы поставок от поставщика к потребителю в систему улучшения качества; демонстрация выполнения своих обязательств, руководящей позиции и преданности делу со стороны администрации; подчеркивание того, что улучшение качества составляет часть работы каждого сотрудника как при коллективной, так и при индивидуальной работе; адресное распределение проблем, связанных с улучшением технологического процесса; непрерывное улучшение всех технологических процессов; установление открытой информационной связи с доступом к данным; поощрение коллективной работы и уважение к индивидуальности; принятие решений на основе анализа данных [4].

3. Цели улучшения качества. Цели улучшения качества должны быть установлены для всех подразделений предприятия. Они должны быть тесно связаны с общими деловыми целями и обеспечивать направленность на наиболее полное удовлетворение запросов потребителя, а также на повышение эффективности и результативности технологического процесса. Цели улучшения качества должны быть определены так, чтобы процесс поддавался измерению. Они должны быть доступными для понимания, перспективными и значимыми для дела [4].

4. Взаимосвязь и коллективная работа. Открытая связь и коллективная работа снимают организационные и личные барьеры, влияющие на эффективность, результативность и постоянное улучшение процессов. Открытая связь и коллективная работа должны распространяться на всю систему поставки, включая поставщиков и потребителей [4].

5. Признание заслуг. Признание заслуг поощряет действия, соответствующие необходимым для улучшения качества ценностям, отношениям и поведенческим нормам. Достигающее своей цели признание заслуг подчеркивает совершенствование и рост отдельных сотрудников и учитывает факторы, влияющие на их работу (т.е. возможности организации, внешние условия). Кроме того, признание заслуг подчеркивает характеристики коллективной работы и коллективное признание, а также поощряет частую и неформальную обратную связь [4].

6. Обучение и подготовка. Продолжающееся обучение имеет большое значение для каждого сотрудника. Программы обучения и подготовки важны для создания и сохранения внешних условий, необходимых для улучшения качества. Все сотрудники предприятия, включая администрацию самого высокого уровня, должны быть обучены и подготовлены в соответствии с практикой и методикой системы качества применительно к соответствующим методам улучшения качества. Это включает использование средств и способов улучшения качества. Все программы обучения и подготовки должны быть проанализированы на соответствие с принципами и методиками системы качества [4].

7. Потери из-за качества. Возможности уменьшить потери, связанные с качеством, определяют направленность усилий по улучшению качества. Потери из-за качества должны быть соотнесены с вызывающими их процессами. Важно хотя бы оценить те потери из-за качества, которые плохо поддаются измерению, например, утрату доверия потребителя и недостаточное использование человеческого потенциала. Предприятия должны снижать потери из-за качества за счет использования каждой возможности улучшить качество [4].

8. Вовлечение всего предприятия. На предприятии с достаточно хорошей мотивацией и управлением улучшением качества некоторое количество проектов или видов деятельности по улучшению качества различной степени сложности будет непрерывно предприниматься и осуществляться всеми сотрудниками и на всех уровнях предприятия. Проекты и деятельность такого рода станут частью нормальной работы каждого сотрудника и будут варьироваться от таких, которые требуют наличия межфункциональных или управленческих коллективов, до таких, которые будут выбраны и осуществлены отдельными сотрудниками или коллективами [4].

9. Инициирование проектов или видов деятельности по улучшению качества. Проект или вид деятельности должны быть отнесены к какому-то лицу или коллективу, включая его лидера. Необходимо составить программу и адекватно распределить ресурсы. Должны быть предусмотрены положения о периодическом проведении анализа объема, программы, распределения ресурсов и наблюдаемого прогресса [4].

10. Исследование возможных причин. Целью этого этапа является возрастающее понимание природы улучшаемого процесса путем сбора, оценки и анализа данных. Сбор данных всегда должен проводиться в соответствии с тщательно разработанным планом. Важно исследовать возможные причины с наибольшей объективностью, без предвзятых суждений о возможных причинах превентивных или корректирующих действий, тогда решения будут основаны на фактах [4].

11. Установление причинно-следственных связей. Важно выявить различия между совпадением и причинно-следственной связью. Связь, которая обнаруживает высокую степень соответствия с данными, нуждается в проверке и подтверждении на основе новых данных, собранных по тщательно разработанному плану [4].

12. Осуществление превентивных и корректирующих действий. После установления причинно-следственных связей должны быть разработаны и оценены альтернативные предложения о превентивных и корректирующих действиях в отношении выявленных причин. Преимущества и недостатки каждого предложения должны быть проверены сотрудниками предприятия, которые будут вовлечены в осуществление этих действий. Успех осуществления зависит от сотрудничества всех участников [4].

13. Подтверждение улучшения. Подтверждающие данные должны быть собраны на той же основе, что и данные для исследования и установления причинно-следственных связей. Необходимо также провести исследования желательных и нежелательных побочных явлений, которые могли произойти [4].

14. Закрепление достигнутого успеха. Обычно это включает в себя изменение технических условий и/или рабочих или административных процедур и методик, необходимого обучения и подготовки, а также гарантию того, что эти изменения становятся составляющей частью содержания деятельности каждого сотрудника, которого это касается. Улучшенный процесс после этого нуждается в контроле на новом уровне функционирования [4].

15. Продолжение улучшения. Рекомендуется установить приоритеты и временные пределы для каждого проекта или вида деятельности по улучшению качества. Временные пределы не должны ограничивать эффективные виды деятельности по улучшению качества [4].

Список использованных источников

1. Гугелев, Д.А. Специфика управления ресурсами в системе менеджмента качества. Актуальные проблемы социально-экономического развития России в изменяющемся мире / Д.А.Гугелев ; под общ. ред. Г.М. Залозной. – Оренбург : Изд-кий центр ОГАУ, 2006. – 56 с.

2. О техническом регулировании : федер. закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ.

3. Управление качеством продукции. Инструменты и методы менеджмента качества : учебное пособие / С.В. Пономарев, С.В. Мищенко, В.Я. Белобрагин, В.А. Самородов, Б.И. Герасимов, А.В. Трофимов, С.А. Пахомова, О.С. Пономарева. – М. : Стандарты и качество, 2005. – 248 с.

4. Управление качеством промышленного предприятия / Д.В. Бастрыкин, А.И. Евсейчев, Е.В. Нижегородов, Е.К. Румянцев, А.Ю. Сизикин, О.И. Торбина ; под науч. ред. д-ра экон. наук, проф. Б.И. Герасимова. – М. : «Издательство Машиностроение-1», 2006. – 204 с.

Научное издание

**КАЧЕСТВО ОБЪЕКТОВ МИКРО-, МЕЗО-,
МАКРОЭКОНОМИКИ, БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА
И АУДИТА, ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА
И ФИНАНСОВО-КРЕДИТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

СБОРНИК ТЕЗИСОВ ДОКЛАДОВ И НАУЧНЫХ СТАТЕЙ

Выпуск 5

Компьютерное макетирование М.А. Евсейчевой

Подписано в печать 26.06.2013.

Формат 60 × 84 / 16. 7,7 усл. печ. л. Тираж 100 экз. Заказ № 340.

Издательско-полиграфический центр
ФГБОУ ВПО «ТГТУ»

392000, г. Тамбов, ул. Советская, 106, к. 14