

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Российская академия наук
Российская академия архитектуры и строительных наук
Администрация Белгородской области
ФГБОУ ВО Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова
Международное общественное движение инноваторов
«Технопарк БГТУ им. В.Г. Шухова»

Национальная конференция с международным участием
**Международная научно-техническая
конференция молодых ученых
БГТУ им. В.Г. Шухова,
посвященная 300-летию Российской академии наук**



Сборник докладов

Часть 16

***Актуальные проблемы менеджмента качества и
сертификации***

Белгород
18-20 мая 2022 г.

УДК 005.745

ББК 72.5

М 43

М 43

Международная научно-техническая конференция молодых ученых БГТУ им. В.Г. Шухова, посвященная 300-летию Российской академии наук: эл. сборник докладов [Электронный ресурс]: Белгород: БГТУ, 2022. – Ч. 16. – 163 с.

ISBN 978-5-361-01020-2

В сборнике опубликованы доклады студентов, аспирантов и молодых ученых, представленные по результатам проведения Национальной конференции с международным участием «Международная научно-техническая конференция молодых ученых БГТУ им. В.Г. Шухова», посвященная 300-летию Российской академии наук.

Материалы статей могут быть использованы студентами, магистрантами, аспирантами и молодыми учеными, занимающимися актуальными вопросами менеджмента качества и сертификации.

УДК 005.745

ББК 72.5

ISBN 978-5-361-01020-2

©Белгородский государственный
технологический университет
(БГТУ) им. В.Г. Шухова, 2022

Оглавление

Андреева А.Е.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ 7

Артюх С.В.

МАТЕМАТИКИ СРЕДНЕВЕКОВЬЯ И ИХ ВКЛАД В
МЕТРОЛОГИЮ 11

Блягоз А.А.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МОДЕЛЕЙ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ
КУЛЬТУРЫ 14

Галкина С.М., Анфалова Е.Б.

АКТУАЛЬНОСТЬ ВОЗНИКНОВЕНИЯ БЕРЕЖЛИВОГО
ПРОИЗВОДСТВА НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ..... 20

Горбачёва Л.Е.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА АУТСТАФФИНГА И
АУТСТОРСИНГА В СОВРЕМЕННОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ
ИНДУСТРИИ 24

Гоцуцова М.О.

КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО
И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ..... 31

Григорьева С.В.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ DIGITAL-МАРКЕТИНГА В РОССИИ 36

Григорьянц А.М.

К ВОПРОСУ НЕОБХОДИМОСТИ И БАРЬЕРАМ ПРИ
ВНЕДРЕНИИ БЕРЕЖЛИВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ
ПРОИЗВОДСТВЕ ПЛИТКИ КЕРАМИЧЕСКОЙ..... 41

Григорьянц А.М.

ЦИКЛ ШУХАРТА-ДЕМИНГА КАК ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЙ
ПРИНЦИП СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЯ..... 45

Дорофеева А.С., Матвеева А.А.

ТРЕБОВАНИЯ К ПЕРСОНАЛУ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	50
Егошина Е.В.	
СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ИСПЫТАТЕЛЬНОЙ ЛАБОРАТОРИИ ПРИ ПОДГОТОВКЕ К АККРЕДИТАЦИИ	55
Климанова С.С., Нарижный А.В.	
ПРИНЦИП ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЕЙ.....	58
Коваленко А.Ю.	
МОТИВАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ В УПРАВЛЕНИИ	63
Луценко В.Р.	
МЕНЕДЖМЕНТ В ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНАХ РОССИИ.....	65
Лучин Д.А, Буч Е.Г.	
АВТОМАТИЗАЦИЯ ИНСТРУМЕНТА ХРОНОМЕТРАЖА РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МАШИННОГО ЗРЕНИЯ.....	70
Мамонова К.А.	
МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ	74
Муленко И.Г., Рябко В.В., Пучка Е.О.	
СБЛИЖЕНИЕ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ НОРМАТИВНОЙ БАЗЫ В ОБЛАСТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЕДИНСТВА ИЗМЕРЕНИЙ, КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ.....	78
Новиков И.А.	
СПОРТИВНАЯ МЕТРОЛОГИЯ	83
Орлова Т.И.	
АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА КОНСАЛТИНГА И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО РАЗВИТИЯ	86
Пенкина В.А.	

О ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ЧЕСТВОВАНИИ МЕТРОЛОГОВ	91
Порфирова Я.С.	
УПРАВЛЕНИЕ РЫНКОМ ТРУДА СРЕДИ МОЛОДЕЖИ	94
Потанова Д.И.	
ПОДБОР ПЕРСОНАЛА: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ	99
Пучка Е.О., Рябко В.В.	
КОНЦЕПЦИЯ «КАЧЕСТВО 4.0» КАК ОСНОВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В XXI ВЕКЕ	104
Родионова А.А., Трубицына А.М., Щукина Д.С.	
КЛЮЧЕВЫЕ ПРИНЦИПЫ МЕНЕДЖМЕНТА В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ	107
Савина А.Д., Сивандаева С.Ю.	
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СТАНДАРТОВ ЛЕСНОЙ СИСТЕМЫ СЕРТИФИКАЦИИ FSC	110
Сиденко М.С.	
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ БЕНЧМАРКИНГА В МЕНЕДЖМЕНТЕ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	114
Смирнова А.В.	
ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ СТАНДАРТА СЕРИИ ISO 26000 НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	119
Тлепщерукова А.С.	
РИСКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ: СУЩНОСТЬ, МЕТОДЫ ОЦЕНКИ И ПУТИ ИХ СНИЖЕНИЯ	123
Хамдохова Б.З.	
УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ КОНСАЛТИНГ	127
Чурсинова А.С.	
МОТИВАЦИЯ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ФЕДЕРАЛЬНОЙ ТАМОЖЕННОЙ СЛУЖБЫ	131
Шаповалова Е.В., Антибура Д.В.	

МЕНЕДЖМЕНТ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА	134
Шаповалова Е.В.	
ИССЛЕДОВАНИЕ ГЕНДЕРНЫХ РАЗЛИЧИЙ В УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	139
Шаповалова Е.В.	
МАКРОМАРКЕТИНГ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННОЙ ВОЙНЫ И ЧАСТИЧНОЙ АВТАРКИИ.....	145
Шляпина О.Ю.	
ОЦЕНКА СТЕПЕНИ ВНЕДРЕНИЯ ПРИНЦИПОВ TQM В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ	149
Шубина М.А.	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА С ПОМОЩЬЮ ВНЕДРЕНИЯ ПРИНЦИПА TOTAL PRODUCTIVE MAINTENANCE (TPM).....	154
Шунина М.А.	
ПРОБЛЕМА ПСИХОЛОГИИ В РАБОТЕ РУКОВОДИТЕЛЯ.....	158

Андреева А.Е.

Научный руководитель: Савицкая И.М., канд. экон. наук, доц.
 Майкопский государственный технологический университет,
 г. Майкоп, Россия

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Организациями традиционно называют институты, объединяющие людей для достижения определенных целей. Люди играют роль в формировании организации. С одной стороны, они представлены создателями организаций, определяют их цели и выбирают способы достижения данных целей. С другой стороны, люди являются главным ресурсом, используемым всеми без исключения организациями для реализации личных целей. В этом качестве – персонала организации – они нуждаются в управлении.

В самом общем виде управление персоналом складывается в обеспечении важных организации навыков и умений, и желаний использовать эти навыки у ее сотрудников. Организации решают эту задачу за счет создания специфических систем подбора, развития, оценки и вознаграждения персонала.

Методы управления персоналом - это совокупность приемов и способов воздействия на управляемый объект для достижения поставленных организацией целей.

Так же это способы воздействия на коллективы и отдельных работников с целью осуществления координации их деятельности в процессе функционирования организации.

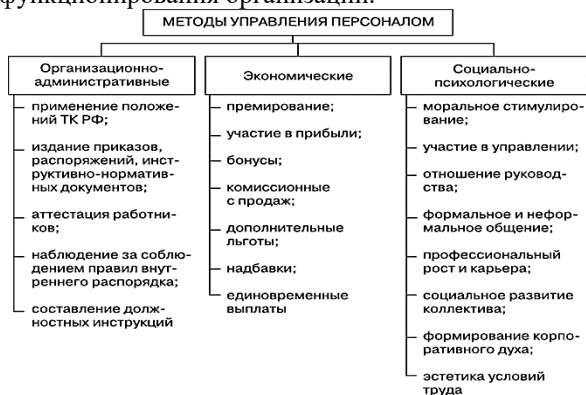


Рис. 1 Классификация методов управления персоналом

К основным методам управления персоналом относят:

Административные методы – ориентированы на такие мотивы поведения, как осознанная потребность дисциплины труда, чувства долга, рвение человека работать в определенной организации культуре трудовой деятельности. Эти методы воздействия, выделяет прямой характер воздействий: всякий регламентирующий и административный акт подлежит обязательному исполнению. Для административных методов свойственно их соответствие правовым нормам, функционирующим на определенном уровне управления, а также актам и распоряжениям вышестоящих органов управления.

Экономические методы – приемы и способы воздействия на исполнителей с помощью определенного соизмерения затрат и результатов (материальное поощрение и санкции, финансирование и кредитование, зарплата, себестоимость, прибыль, цена).

Организационно-распорядительные методы – методы прямого воздействия, носящие распорядительный и обязательный характер. Они основаны на дисциплине, ответственности, власти, принуждении, нормативно-документальном закреплении функций.

Социально-психологические методы (мотивация, моральное поощрение, общественное планирование).

Для эффективного управления производством необходимо использовать все эти методы управления в комплексе в зависимости от ситуации.

Некоторые руководители преуменьшают значимость методов управления персоналом, которые характерны современному менеджменту и с большой инициативой применяют за границей, это делает успешным управление и повышает продуктивность труда.

На сегодняшний момент важным фактором развития конкурентоспособности предприятия и достижения поставленных экономических целей является эффективное управление персоналом

В данное время следует утверждать, что занижение этих методов является основной преградой и слабейшим компонентом управления. В основном, как демонстрирует практика, содержание, сущность и функциональные свойства управления персоналом как комбинированного организационного компонента процесса управления значительно увеличилось и усилилось.

Перемены в принципах управления персоналом, как считают эксперты, в первую очередь, должны быть ориентированы на осуществление мотивационной политики персонала, которая приобретает главное значение в современных условиях.

Менеджер по управлению персоналом обязан своевременно определять формирование потребности в обучении у коллектива в целом или у отдельных сотрудников. Исходя из данных потребностей, должен быть сконструирована концепция развития сотрудников, подобраны подходящие методики обучения. Кадровый отдел должен взаимодействовать с тренинг центрами, анализировать имеющиеся программы обучения и выбирать подходящие для конкретной ситуации.

Кроме того, служба управления персоналом отвечает за адаптацию и обучение новоиспеченных сотрудников. Анализ эффективности работы персонала также входит в зону ответственности кадровой службы. К подобным функциям можно отнести выбор методик и составление планов оценки, установление критериев эффективности.

Управление по целям (МВО) — это систематический и организованный подход, позволяющий менеджменту фокусироваться на достижении целей и добиваться наилучшего результата с помощью доступных ресурсов. Предпочтение отдается более гибкой системе, которая сосредоточивает усилия на росте и развитии индивида и группы.



Рис. 2 Элементы и шаги в системе управления по целям

Чтобы вернее понять, что такое концепция управления персоналом и как добиться наиболее успешного функционирования, нужно анализировать ее в поочередном единстве всех подходов к управлению персоналом.

Для того чтобы концепция управления персоналом функционировала эффективно, она должна выстраиваться на научно аргументированных принципах, использовать оптимальные методы и технологии, соответствующие принципам, на которых она базируется, и не должна опровергать всеобщей концепции развития организации.

Рассматривая систему управления персоналом, можно сделать вывод, что она имеет ряд особенностей.

Во-первых, изменения в системе управления персоналом сориентированы на постановление назначенных проблем в соответствии со стратегией формирования организации.

Во-вторых, невозможно предварительно установить достоверный результат, к которому они могут привести.

В-третьих, изменения в системе управления персоналом могут привести к конфликтным ситуациям, связанным с сопротивлением работников, их неприятием нововведений.

И, наконец, изменения в системе управления персоналом приводят к мультипликативному эффекту, т.е активизируют ответные изменения в прочих подсистемах организации в связи с тем, что они затрагивают фундаментальный остаток организации - ее сотрудников.

Качественный уровень формирования экономики не может быть достигнут без успешного использования персонала предприятий и фирм всех форм собственности. Это давно поняли на большинстве организациях индустриально развитых стран.

Кадровый менеджмент становится одним из важнейших условий выживания предприятий в условиях рыночных отношений. Иногда наименьшие вложения и максимальное использование «человеческих ресурсов» позволяют предприятию выиграть в конкурентно-способной борьбе.

Таким образом, внутренняя жизнедеятельность организации в полноценной степени зависит от системы работы, что обуславливает потребность ее постоянного проведения в жизнь политика в области управленческих кадров.

Самый качественный менеджмент, естественно, будет основываться на совокупном применении всех трёх методов управления: административного, экономического и социально-психологического. Грамотно оформленное управление содействует

чёткому распорядку трудового процесса и правильному распределению ответственности.

Все методы непосредственно взаимосвязаны. Ведь экономическая составляющая деятельности фирмы невозможна без административного воздействия в виде регламентов вследствие необходимости соблюдения правовых норм, а социально-психологическая часть характеризует эмоциональный фон внутри рабочего коллектива, что оказывает непосредственное воздействие на мотивацию сотрудников и уровень производительности и эффективности труда.

Так, одна концепция не сможет существовать без другой, что говорит о взаимосвязи всех методов управления персоналом.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Игнатьева А. В., Максимцов М. М. Исследование систем управления: учебное пособие для студентов вузов / А. В. Игнатьева, М. М. Максимцов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ — ДАНА: Закон и право, 2015. — 345 с.

2. Управление современной компанией: Учебник. Под ред. Б. Мильнера и проф. Ф. Лиса. М.: ИНФРА-М, 2011. — 430 с.

3. https://otherreferats.allbest.ru/management/00139220_0.html

4. https://studopedia.ru/3_73348_sovremennie-metodi-upravleniya-personalom.html

5. <https://moluch.ru/archive/174/45845/>

УДК 006.01(35)

Артюх С.В.

Научный руководитель: Луценко О.В., доц.

Белгородский государственный технологический университет

им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия

МАТЕМАТИКИ СРЕДНЕВЕКОВЬЯ И ИХ ВКЛАД В МЕТРОЛОГИЮ

Метрология - наука об измерениях, методах и средствах обеспечения их единства, и способах достижения требуемой точности. Без преуменьшений, эта наука является обязательной и жизненно необходимой для общества в любой промежуток его существования [1].

Хоть по сравнению с другими она не такая старая, но является производной от всех существовавших ранее наук по типу математики,

физики, географии и т.д. Именно поэтому, если сказать, что все учёные, которые внесли неоспоримый вклад во все “родительные” науки внесли его и в развитие метрологии, мы окажемся правы как никогда.

Многочисленные заслуги в науках часто принадлежат именно арабским учёным. Зачастую они подхватывали идеи своих европейских коллег и возводили их в абсолют, добиваясь замечательных результатов.

Омар Хайям — персидский поэт, философ, математик и астроном [2]. Является автором известного цикла философский рубай (четверостишия). Но, по словам современников, поэзией учёный занимался лишь во время философии. В определённый момент Омару пришлось отказаться от предложения великого визиря Низама ал-Мулка стать визирем города Нишапур. Причиной отказа является то, что по словам самого учёного, он “не хочет управлять народами”.

Свои основные научные труды Омар написал в обсерватории города Исфахан, которой он руководил с 1074 года и где на протяжении 18 лет проводил огромное количество научных исследований в области математики, истории, астрономии [6]. Также учёный считал, что науки связаны между собой. Так, по его словам, “математика является важной частью философии”. Омар далеко продвинулся, проповедуя философию и математику как одну науку. У учёного прелестно получалось совмещать даже поэзию с математикой. Так, поэт написал выдающуюся “Алгберу” — стих, в котором содержалось систематическое исследование уравнений третьей степени. Он также славится своим трактатом “О всеобщности бытия”. Также в дошедших до нашего времени работах Хайяма содержатся ростки евклидовой идеи и геометрии. В заслуги учёного стоит записать его теории параллельных линий и теории отношений.

Астрономические труды учёного тоже заслуживают внимания. Омар вёл собственный календарь, который на 7 секунд точнее нынешнего.

Отцом “арабских цифр” заслуженно стоит называть Аль-Хорезми [3]. Скорее всего учёный родился в городе Хива. О многих моментах жизни учёного и его биографии, к сожалению, известно крайне мало. В 20-х гг. IX в. аль-Хорезми в г. Багдаде, куда был приглашён Аль-Мамун, который вместе с Аль-Хорезми пригласил множество учёных из самых различных областей науки. Важнейшие из уцелевших до нашего времени сочинений учёного связаны с математикой. Арифметический и алгебраический трактаты Хорезми сильно повлияли на развитие науки.

Трактат об арифметике - «Книга об индийском счете». Целью трактата было ознакомить и научить арабских математиков работе с индийскими цифрами, которые в наше время называются “арабские”. Хотя арабы и не называли эти цифры своими, но европейцы узнали о них только от арабских учёных, поэтому в современном мире цифры носят такое название. В трактате Хорезми также подробно описал методы умножения, деление, складывания, вычитания и даже извлечения квадратного корня при работе с индийскими цифрами.

Ещё один трактат учёного, внёсший огромный вклад в науку математику и стандартизацию - «Краткая книга об исчислении алгебры и алмукабалы». В нём впервые появилось понятие “алгебра”. В книге Хорезми впервые можно встретить приведение алгебраических уравнений к одному из нескольких канонических видов и формулировку алгоритмов решения каждого из этих канонических видов с геометрическими доказательствами правильности этих алгоритмов для важнейших случаев.

Аль-Мамун – багдадский халиф из династии Аббасидов, астроном [4]. Харун-ар Рашид из Аббасидов и его сын халиф аль-Мамун (813-833) спонсировали развитие науки, собрали много редких книг и основали большую библиотеку. Ученые и переводчики из зарубежных стран были приглашены для работы в области научных исследований, инноваций, а также перевода. Особое внимание аль-Мамун уделял развитию науки во время своего пребывания в Хорезме и Хорасане. После своего восшествия на престол халифа в 813 году он продолжил эту работу. Халиф аль-Мамун собрал ученых из Багдада Байт-уль-Хикмат привлекал в Мамунскую академию ученых из Хорасана, Моварауннахра, Бактрии, Ферганы и Хорезма. Они занимались обучением, брали учеников у арабов и сделали свое имя известным всему миру.

Аль-Бируни – персидский учёный, мыслитель, внесший огромные вклады в науку своими обширными трудами [5]. Работал над историей, географией, механикой, математикой, фармакологией и производных от этих наук.

Одной из самой выдающихся работ учёного является измерение диаметра Земли. Метод измерения диаметра земли Бируни описал в своей работе “Геодезия”. Для выполнения этого измерения нужно найти высокую гору, поднимающуюся над берегом моря или плоской равниной, и определить с помощью геодезических методов её высоту h по отвесу. Затем, поднявшись на вершину, следует определить угол α между направлением на линию горизонта и перпендикуляром к отвесу. Все эти измерения приводят к формуле:

$$\frac{R}{h} = \frac{\cos a}{1 - \cos a}. \quad (1)$$

Метрология несет функцию взаимного обогащения и объединения (интеграции), а в ряде случаев и синтеза новых знаний. Таким образом, учёные, может и не подозревавшие об этом, внесли колоссальный вклад в науку метрологию, которая на данный момент является обязательной и никогда не умрёт.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Луценко О.В. Метрология и стандартизация. От измерений до робастных систем управления качеством: учебное пособие. Белгород, 2020: БГТУ им. В.Г. Шухова. 43 с.

2. Дегтярев Е.В. Некоторые философские аспекты арабского экспансионизма // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. С. 49-52.

3. Щетников А.И. Измерение астрономических расстояний в Древней Греции. // Scholae. Философское антиковедение и классическая традиция. 2010. С. 327-348.

4. Салобута К. Легендарный математик Мухаммад ибн Муса аль - Хорезми. // Образование. Карьера. Общество. 2016. С. 45-46.

5. Хуррамович М. Ю. Наука о восточной эпохе возрождения. Проблемы науки. 2021. С. 5-7.

6. Эркаев С.А., Э.А. Великий ученый Омар Хайям и его труды (к 965-летию со дня рождения). // Проблемы востоковедения. 2013. С. 39-43.

УДК 005.95/96

Блягоз А.А.

Научный руководитель: Савицкая И.М. канд. эконом. наук, доц.

Майкопский государственный технологический университет,

г. Майкоп, Россия

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МОДЕЛЕЙ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

Большая часть экспертов стали исследовать и также создавать собственные личные модификации организационной культуры, какие дают возможность компаниям изучить собственную культуру, установить в каком течении они формируются, а также какие

мероприятия следует совершить с целью усовершенствования собственной концепции.

Для начала выделим модель Т. Питерса и Р. Уотермена, которую они разработали в 1980 году. Ученые проводили исследование над 62 крупными корпорациями, анализировали их деятельность и развитие. Они хотели найти главные элементы управления, которые приведут деятельность компании к успеху. Исследователи выявили семь главных элементов, на которые руководителям стоит обратить внимание т.к. они сильно влияют на деятельность организации и позволяют проанализировать ее.

Том Питерс и Роберт Уотермен пытались донести до остальных, что в управлении компанией важную роль играют люди и человеческие отношения т.е. успешность компании может подняться за счет организационной культуры компании, а именно за счет тех людей, которые вкладывают свои силы в ее развитие. Авторы благодаря своему исследованию объяснили многим компаниям о ценности и важности сотрудников, потому что именно они являются одним из ключевых преимуществ организации.

Они подчеркнули 7 основных компонентов компании, которые напрямую находятся в зависимости друг от друга, а также объединены между собой:

1. сотрудники;
2. понятная структура, заложенная в организации;
3. четкая система и процедуры;
4. квалификация персонала, а именно их навыки;
5. стиль управления;
6. стратегия;
7. ценности, которые распределены в организации.

Том Питерс и Роберт Уотермен за счет своего выдающегося вклада смогли объяснить обществу на сколько важна и необходима организационная культура для компании. Также их вклад позволил другим ученым, корпорациям и обществу рассматривать организационную культуру не только как влияние на внутреннюю среду, но и влияние на внешнюю среду, особенно в области экономики в 1980-е года в США.

Затем преступим к труду, который сделал Э. Шейн. Его форма дает возможность просто изучить организационную культуру, а также ее текстуру вследствие концепции, обладающий 3 степенями.

Первый уровень также называют поверхностным т.к. он виден и понятен всем окружающим. К нему относят все артефакты, взаимодействующие с внешней средой: обычаи, обряды и ритуалы,

архитектура, используемые технологии, внешний вид сотрудников и их поведение, цвет и стилистика организации, местоположение здания и т.д.

Второй уровень характеризуется наличием ценностей, заложенных в организации. Под ценностями имеется в виду миссия и идеология организации, которые разделяются членами компании. Данный уровень является подповерхностным, то есть не все элементы организации и ее организационной культуры видны обществу.

К третьему уровню относятся основные представления организации о тех или иных событиях и явлениях. Данный уровень является глубинным, то есть его очень сложно понять и осознать, иногда даже самим сотрудникам компании сложно проникнуться в их верования и убеждения. Под такими особенностями организации имеется в виду ее отношение к природе и к человеку; к человеческой деятельности.

Э. Шейн заявлял о том, что необходимо исследовать организационную культуру компании сверху-вниз по иерархии, то есть сперва исследуем поверхностный, потом подповерхностный и глубинный уровни системы. Также он писал о значимости взаимодействия внутренней и внешней среды компании т.к. это непосредственно влияет на развитие организационной культуры.

Некоторые эксперты считают, что в данный момент культура имеет тонкую взаимосвязь с внешней и внутренней средами. Ученные аргументируют это тем, что внутренняя среда организации выступает в роли органического компонента внешней среды, и по этой причине она может получать из внешней среды все необходимое ресурсы, в целях реализации своего предназначения, и предлагает ей результаты своих усилий в рамках преобразования ресурсов в продукцию и услуги. К внутренней среде предприятия обычно относят ее сотрудников, команду в целом, различные ее подразделения, которые непосредственно находятся во взаимодействии с внешней средой.

Такого рода деятельность, произведенный североамериканским специалистом по психологии Эдгаром Шейном, посодействовал иным исследователям, которые специализируются во сфере организационной культуры под иным углом рассмотреть ее различные элементы. Один из значимых компонентов организационной культуры это базовые представления.

Далее рассмотрим следующую модель Г. Харрисона, которая рассматривает более детально факторы внешней среды. Она выявляет четыре типа организации с организационной культурой, ориентирующиеся:

1. на роли. Эта организация ориентируется на все правила и инструкции. У сотрудников в такой организации нет индивидуальности, он является средством для достижения каких-либо целей. Все сотрудники выполняют только свои обязанности и никогда не выходят за рамки дозволенного;

2. на задачи. Такая организация похожа на команду, где все взаимосвязано между собой. Такие подразделения следуют общей миссии и стратегии в организации;

3. на человека. Такая организация больше похожа на семью, в которой все уважают друг друга, вместе совещаются и никогда не повышают друг на друга голос. Здесь осуществляются индивидуальные подходы к каждому отдельному работнику;

4. на власть. В таких организациях обычно все решается через центр власти, через управляющих. Работники не могут не посоветоваться с начальством перед тем, как сделать какое-либо решение.

Хотелось бы отметить, что нет такой культуры, которая подходила бы по всем своим критериям к одному типу. Обычно в организационной культуре вложены некие задатки данных типов, которые выявил Г. Харрисоном.

Другой исследователь Чарльз Ханди также занимался анализом факторов, которая влияет на внешнюю среду. Он старался объяснить, что модели данной им культуры способны взаимодействовать между собой в одной организации в процессе своего развития, по сравнению с утверждением Г. Харрисона на этот счет (см. рисунок 1):

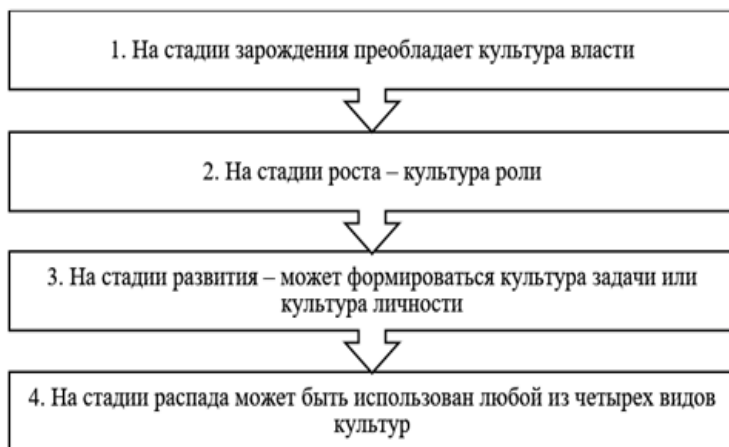


Рис. 1 Модели культур по Г. Харрисону и Ч. Ханди.

Теперь рассмотрим следующую модель организационной культуры, выделенную Ким К. Камерон и Роберт Э. Куинн. Они выделили четыре модели организационной культуры:

- 1) иерархическая;
- 2) рыночная;
- 3) клановая;
- 4) адхократическая.

Отталкиваясь их типологиям возможно установить какой культуре принадлежит организация, и какие в ней вложены правила и ценности. Проанализируем подробнее каждую модель:

1. Клановая культура характеризуется тем, что сотрудники доверяют друг другу и считают себя одной большой семьей; в такой культуре есть свои порядки и традиции, а руководитель является отцом, который заботится о каждом сотруднике.

2. Адхократическая культура характеризуется тем, что она умеет реагировать на изменения, происходящие во внешней среде, очень гибко. Организация с такой культурой гарантирует качество выполнения своей работы и гарантирует своё умение немедленно самоизменяться. Также такая культура всегда развивает свой творческий потенциал и ей нравится постоянно совершенствоваться в этой сфере. Деятельность адхократической культуры больше подходит какие-нибудь научно-исследовательские разработки в сфере технологий, инноваций и т.д.

3. В иерархической (бюрократической) культуре заложены свои четкие правила и указания, свой четкий распорядок выполнения работ. В такой культуре существует централизация власти, где сотрудники не могут выйти за рамки дозволенного из-за постоянного контроля. Цель такой культуры – это регулирования и увеличение своей прибыли. Важное достоинство бюрократической культуры в том, что они гарантируют качество своей продукции или услуги за счет своих установленных строгих правил и требований к выполнению работы. Ученые указали то, что такой тип культуры соответствует государственным организациям с иерархическим уровнем, а также большим предприятиям.

4. Рыночная культура – это культура, которая всегда готова идти в бой, соперничать с другими компаниями. Организация с такой культурой обладает высокой конкурентоспособностью, решительностью, активностью и продуктивностью. Она является лидером на рынке. В основном предприятии с рыночной культурой всегда хотят победить, быть первыми. Здесь ярким примером будет служить компания X5 Retail Group, которая является одной из лучших

компаний в сфере розничной торговли. Организация с рыночной культурой постоянно развивает дух соперничества и конкуренцию между подразделениями и сотрудниками.

Культура увеличивает лояльность сотрудников за счет непрерывного материального стимулирования, за счет конкретных дополнительных выплат и зарплат. А также акцентирует внесённый вклад каждого работника, она ценит его вложенные силы и труд.

Камерон - Куинн первые создали и разработали свой личный опросник OCAI (Organizational Culture Assessment Instrument), который дает возможность предприятиям построить диаграмму общего профиля организационной культуры. Подобное исследование предоставляет возможность организации узнать отношение персонала к компании, а также выявить их действительное и желаемое мнение.

Т. Питерс и Р. Уотермен в своей модели обозначили главные элементы, которые приводят деятельность предприятия к успеху. Им удалось обнаружить семь главных элементов, которые позволяют компаниям увеличить свою конкурентоспособность.

Эдгар Шейн, благодаря трёхуровневой системе, внёс важный вклад, который помог другим исследователям, специализирующимся в области организационной культуры под другим углом разглядеть ее различные компоненты.

Ч. Ханди и Г. Харрисон внесли новый виток в изучение организационной культуры, которая и по сей день помогает руководителям различных компаний в исследовании своей культуры.

Приведённые модели организационной культуры позволяют руководителям и менеджерам определить в каком направлении движется организация, и какие в ней заложены элементы и особенности, влияющие на ее деятельность. Данные модели могут послужить средством осмысления места и конкретного значения организационной культуры во внутренней среде организации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Антонова Н.В. Социально-психологический климат в организациях с различным типом корпоративной культуры // Современные технологии управления – 2014. – № 1 (37). – С. 113.

2. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. 10-е издание. – СПб.: Питер, 2012. – 848 с.

3. Барков С.А. Организационное поведение: учебник и практикум для академического бакалавриата/ под ред. С.А.Баркова. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 453 С.

4. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры / Пер. с англ. под ред. И. В. Андреевой. – СПб: Питер, 2013. – 320 с.

УДК 330.13:338.583

Галкина С.М., Анфалова Е.Б.

*Научный руководитель: Бессмертный В.С., д-р техн, наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г Шухова, г. Белгород, Россия*

АКТУАЛЬНОСТЬ ВОЗНИКНОВЕНИЯ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

В свете ухудшающейся экологической обстановки правительства различных стран начинают требовать от промышленных компаний более ответственного отношения к негативному воздействию, оказываемому на окружающую природную среду. Бережливое производство дает возможность сократить ресурсы, используемые для поддержки экономики, что не только позитивно сказывается на себестоимости производства, но и позволяет избежать многих проблем в долгосрочной перспективе. Для этого необходимо сосредоточиться на более рациональном использовании ресурсов, вместо наращивания производственных мощностей, сопровождающегося ростом потребления сырья [1].

В последние годы происходит увеличение числа отечественных предприятий, модернизирующих свои системы управления качеством, используя концепцию бережливого производства.

Бережливое производство, возникло изначально в Японии, и стремительно распространяется по всему миру. Целями внедрения Lean Production является сокращение трудозатрат, производственных и складских помещений, сроков разработки новой продукции, гарантии поставок потребителю, максимальное качество при минимальной стоимости продукции.

Идея бережливого производства возникла в связи с изучением западными аналитиками принципов работы производственной системы Toyota (Toyota Production System, TPS), объединив их в систему Lean Manufacturing или Lean Production. Термин был предложен Джоном Крафчиком, ныне главой Hyundai Motor America, при анализе им японского управления на промышленных предприятиях в 80-е годы прошлого столетия. Концепция бережливого производства основана на

принципах производственной системы компании Toyota, созданной под руководством Сигео Синго и Таичи Оно [6].

Ключевым принципом при внедрении бережливого производства является устранение потерь для постоянного улучшения процесса. Уменьшая потери при совершенствовании процессов, бережливое производство устойчиво приносит пользу потребителю. К видам потерь относятся процессы, виды деятельности, продукция или услуги, требующие времени, денег или навыков, но не создающие ценности для потребителя. Они могут охватывать недостаточно используемые способности персонала, избыточные запасы или неэффективные процессы и процедуры.

Устранение существующих потерь должно упростить обслуживание, снизить затраты и, в конечном итоге, обеспечить экономии на конкретном продукте или услуге по цепочке поставок потребителю. Отходы в промышленности, будь то простаивающие рабочие, некачественные процессы или неиспользованные материалы, снижают производительность, и бережливое производство направлено на их устранение или минимизацию [4].

В российской действительности развитие бережливого производства берет начало после 2000-х годов. За этот довольно небольшой срок некоторым компаниям все же удалось добиться положительных результатов. Конечно, сравнивая опыт зарубежных предприятий, где концепция начала использоваться намного раньше, и российских компаний, которые только ступили на путь изменений, отмечается значительная разница.

Цель бережливого производства - повышение скорости любого процесса за счет сокращения всех видов потерь.

Актуальность бережливого производства для всех отечественных производителей вытекает из следующих положений. Во-первых, в России открывают собственное производство иностранные компании. Для них гораздо дешевле изготовить все габаритное, материало- и энергоемкое в России, а все остальное привезти россыпью в контейнерах. Во-вторых, конкуренция между производителями идет на уровне скорости разработки продукта, логистики поставок, удовлетворения особых потребностей. Востребованы только лучшие поставщики и продукты (по соотношению цена/качество/условия поставки) – это основа, на которой строится конкурентоспособность продукции и производителя. В-третьих, для российских поставщиков жизненно необходимо соответствие мировым стандартам качества (ISO/TS-16949) и постоянное сокращение всех видов затрат [2].

Стоит отметить, что внедрение бережливого производства поддерживается сегодня на государственном уровне. Интенсивное внедрение данной методологии регламентировано приказом Минпромторга России от 20.06.2017 г. № 1907. Приказом Минпромторга России утверждены «Рекомендации по применению принципов бережливого производства в различных отраслях промышленности». В данном документе содержится определение единого подхода к применению принципов Lean-технологий в различных областях, типах и отраслях производства [5].

Области знаний (компетенций) удобно рассматривать, используя формат Американского национального стандарта по управлению проектами PMI PMBOK или Международного стандарта ISO 21500-2012. Управление содержанием проекта внедрения концепции lean Production может потребовать профессионалов высокого уровня, обладающих уникальными компетенциями. При отсутствии в команде таковых приглашаются специалисты со стороны на основе использования принципов аутсорсинга [2].

Посредством внедрения на предприятиях промышленного комплекса инструментов и принципов бережливого производства могут быть обеспечены достижение стабильной ситуации с финансово-экономическим положением субъектов предпринимательской деятельности, на порядок выше уровень эффективности производства, доведение качественно-стоимостных характеристик производимой продукции до конкурентоспособного уровня в рамках глобализационной тенденции хозяйственного развития.

В наше время внедрение бережливого производства является одним из наиболее эффективных способов повышения конкурентоспособности компаний.

В целом предприятия, идущие по пути внедрения принципов и инструментов "Бережливого производства", при минимальных вложениях добиваются следующих результатов: увеличение производительности труда - до 70%; рост качества - до 60%; высвобождение производственных площадей - до 50%; сокращение брака - в среднем на 65%; сокращение сроков реализации инвестиционных проектов - до 20% [7].

Внедрение новой производственной системы подразумевает под собой изменение корпоративной культуры. А вовлечение в процесс улучшений всех сотрудников компании ускорит внедрение концепции бережливого производства и в разы сократит все возможные, связанные с персоналом, проблемы.

Несомненно, перспективы развития данной производственной системы в России велики, можно уже сейчас анализировать опыт других компаний и формировать свой уникальный путь, руководствуясь следующими идеями:

- LP - это непрерывное обучение, с постоянным анализом опыта лучших предприятий, охватывающее всех сотрудников. Люди - основа успеха;

- Начать путь к LP лучше с методики 5С; необходимо сделать акцент на хорошо организованных и чистых рабочих местах;

- Использовать системный подход: все необходимые этапы внедрения можно наглядно представить с помощью диаграммы Ганта;

- Испытать на отдельном пилотном проекте, опыт которого поможет внедрить преобразования в рамках всего предприятия;

- Минимизировать НЗП, контролировать потери: выбрать участки предприятия по Парето для большей отдачи;

- Расширять взаимодействие с поставщиками, которые могут стать отличным исходным пунктом нововведений;

- Подключить к реализации лучших консультантов, за плечами которых опыт реального внедрения концепции;

- На основе наиболее успешных проектов создать стандарты, любую проблему рассматривать, как возможность устранить недоработки и повысить эффективность деятельности компании [7].

Сейчас Lean является одной из самых известных производственных систем, в России ее называют «бережливое производство». Данная концепция является адаптацией известной во всем мире производственной системы TPS (Toyota Production System)

Бережливое производство не только стало основным двигателем мировой экономики, но и значительно сократило использование ресурсов, сделало промышленные предприятия более экологичными и сделало эту стратегию экономически привлекательной. Бережливое производство ориентировано на сокращение потерь и создание условий, позволяющих предприятию реализовать свой потенциал для повышения конкурентоспособности продукции.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Виноградов, В. Ю. Роль бережливого производства в современном мире / В. Ю. Виноградов, А. А. Сайфуллин, Н. В. Виноградова, Р. З. Гибадуллин. - Текст: непосредственный // Молодой ученый. - 2015. - № 20 (100). - С. 30-31. - URL: <https://moluch.ru/archive/100/22658/> (дата обращения: 04.04.2022).

2. Попов В.Л. Внедрение концепции «Бережливое производство» на предприятиях // Российская библиотека научных журналов и статей академии (РАН). Электронный ресурс: URL: <https://naukarus.com/> (дата обращения: 14.04.2022).

3. Куприянов С.В. Национальные социально-экономические системы в условиях перехода к новому технологическому укладу: монография/ под ред. проф. С.В. Куприянова. - Белгород: Изд-во БГТУ, 2021. - 300 с.

4. Царенко А.С. «Бережливое государство»: перспективы применения бережливых технологий в государственном управлении в России и за рубежом [Электронный ресурс] / А.С. Царенко // Государственное управление. 2014. Вып. 45. С. 74-136.

5. ГОСТ Р 56407-2015 Бережливое производство. Основные методы и инструменты М.: Стандартинформ, 2015. 20 с.

6. Тайити Оно. Производственная система Тойоты: уход от массового производства. / Тайити Оно - М.: Издательство ИКСИ, 2012. – 260 с.

7. Научные статьи. ру. Электронный ресурс: URL: <https://bank.nauchniestati.ru/> (дата обращения: 21.04.2022).

УДК 338.001.36

Горбачёва Л.Е.

***Научный руководитель: Сагадеева Э.Ф., ст. преп.
Башкирский государственный аграрный университет,
г. Уфа, Россия***

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА АУТСТАФФИНГА И АУТСОРСИНГА В СОВРЕМЕННОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

В наше время мир деловых отношений все чаще сталкивается такими тенденциями, как аутстаффинг и аутсорсинг. Данные модели характеризуются, как услуги по удержанию персонала, управлению и надзору за сотрудниками штата. Их предоставляют профессиональные компании по аутстаффингу и аутсорсингу. Такие платформы охватывают весь спектр юридических аспектов сотрудничества и предоставляют рабочие места, IT-поддержку сотрудникам, которые работают в штатном режиме. Помимо этого, компании выплачивают заработную плату, проводят набор новых работников и реализуют кадровые процессы.

С возникновением новых проблем, кадровая отрасль ИТ занимается выявлением потребностей отрасли, поиском работников для продвижения вперед большинства фирм. Поставщики кадров должны предугадывать потребности клиентов, количество доступных специалистов или групп разработчиков, затем поэтапно переходить к выполнению требований с соответствующим персоналом. Главная цель заключается в том, чтобы улучшить и обеспечить результативное выполнение проектов для ИТ-директоров или менеджеров, своевременно предоставив опытных специалистов. Из-за растущей конкуренции ИТ-кадровые компании в США стремятся быть выше текущих стандартов и всегда быть в курсе изменений в технологиях, а значит, и будущих требований клиентов.

Тема аутсорсинга и аутстаффинга широко обсуждается и часто вводит в заблуждение. В сфере технологий данные модели взаимодействия часто используются и крупными технологическими корпорациями и небольшими стартапами по разработке программного обеспечения по всему миру. Помимо этого, даже эти ИТ-компании сами по себе могут неокончательно понимать суть аутсорсинга и аутстаффинга. Это происходит потому, что эти модели обладают многими схожими чертами. В данной статье я попытаюсь углубиться в дискуссию об аутсорсинге и аутстаффе, найти решение, которое принесет наибольшую пользу технологическому бизнесу.

Понятия «аутсорсинг» и «аутстаффинг» зачастую путают. Попробуем выяснить, в чем разница между этими инструментами бизнеса, когда компании нужен аутсорсинг, а когда аутстаффинг, когда эти решения будут выгодными и наоборот.

Аутсорсинг – это современный инструмент для повышения уровня эффективности компании. С его помощью компании делегируют свои непрофильные функции стороннему подрядчику, специализирующемуся на оказании таких услуг. Аутсорсинг позволяет клиенту сосредоточиться на основных ключевых бизнес-процессах. При этом аутстаффинг – это заказные услуги, означающие привлечение наемных работников от сторонней организации-поставщика на какой-либо определенный период. Именно благодаря данной модели взаимодействия работодатель может перевести своих сотрудников в другую компанию — аутстаффинговую. Понятие заняло свое место в ИТ-сфере. Если говорить проще, аутстаффинг можно определить так: вы нанимаете профессиональных работников, которые продолжают работать на своем обычном рабочем месте, но отныне вы являетесь новым работодателем. Это разработчики, QA-аналитики, различные

дизайнеры, бизнес-аналитики, digital-маркетологи и другие. Они, в свою очередь, работают над поставленными вами задачами.

В случае аутсорсинга провайдер берет на себя ответственность выполнения всего объема поставленных задач. В случае аутстаффинга компания получает подрядчика, не отвечающего ни за качество, ни за результат своей проделанной работы.

Предположим, по договору услуг аутстаффинга вам предоставляется бухгалтер, он будет делать то, что ему говорят, или стоять на месте, если ваш начальник не повысил эффективность их работы. Вот по договору аутсорсинга провайдер занимается организацией бухгалтерии, которая будет вести учет, обрабатывать авансовые данные, вести расчет заработной платы в соответствии с законодательством РФ.

Помимо этого, компания, воспользовавшаяся услугами аутсорсинга, может запросить «имплантов» — рабочую силу провайдера, которая будет работать в офисе клиента. Данный метод в основном используется из-за следующих опасений:

сотрудники не будут сидеть в одном рабочем месте, и ими невозможно будет управлять или

сотрудники «за пределом» будут красть данные компании.

Несмотря на это провайдеры, работающие на рынке множество лет, дорожат своей репутацией и внимательно контролируют все процессы, связанные с безопасностью информации своих клиентов. Для них это, как финансовые, так и репутационные риски. Именно поэтому можно без затруднений обойтись без «имплантов», сэкономив бюджет.

Однако бывают случаи, когда у клиента слишком много документов, которые необходимо регулярно обрабатывать. В данной ситуации может быть оправдано периодическое присутствие работника провайдера в офисе.

Большинство компаний выбирают удаленные команды разработчиков программного обеспечения из-за их цены на услуги и качества доставки итогового продукта. Аутсорсинг или аутстаффинг могут предложить вам краткосрочные и эффективные результаты и правильное выполнение бизнес-инициатив. Однако, когда стоит идти за услугами аутсорсинга, а где вы предпочтете аутстаффинг. Выбор режима зависит от ваших требований и предпочтений.

Предположим: ваш проект завершен, и рационально и удобно передать его на услуги аутсорсинга высококвалифицированной команде. Если у вас отсутствует опыт работы с оффшорной фирмой, вы можете обратиться к торговым площадкам, обеспечивающим

необходимую прозрачность, NDA для защиты ваших бизнес-данных и так далее. Аутсорсинг базируется на партнерстве, и зачастую деловые отношения с оффшорной компанией заканчиваются прочным, результативным сотрудничеством.

Компании практически любой отрасли и объема могут передать свои функции аутсорсинговой компании. Возможность сосредоточиться на усовершенствовании основных бизнес-процессов организации актуальна для всех руководителей. Не стоит забывать, основные причины могут быть различными.

Например, малые организации едва могут позволить себе нанять высокооплачиваемого работника. Небольшим компаниям проще обратиться к внешним поставщикам.

Для средних организаций главным вопросом является надежность, а также лучшие практики организации бизнес-процессов, регламенты и процедуры, которые может внедрить аутсорсинговая компания. По факту, когда небольшое предприятие трансформируется в среднее, среднее — в крупное, ему необходима помощь в верном построении бизнес-процессов, улучшении эффективности документооборота и функционировании его информационных систем.

Крупный бизнес заинтересован в масштабируемости, возможности быстрого найма или сокращения персонала, выполняющего непрофильные функции (бухгалтерия или кадровое делопроизводство, экономии на масштабе). Любой руководитель хочет быть уверен, что все его документы оформлены в соответствии с требованиями законодательства, отчетность сдана, налоги уплачены своевременно. Никому не хочется быть неожиданно оштрафованным или уведомленным о выездных налоговых проверках. Крупная аутстаффинговая компания страхует свои риски перед клиентами, предоставляет такую гарантию.

Основные различия между аутсорсингом и аутстаффингом:

– При модели аутсорсинга подрядчик или персонал в основном работают по субподряду. В случае модели аутстаффинга персонал оформляется на компанию-подрядчика, осуществляющую поиск сотрудников и обеспечивающую их достаточный уровень квалификации. При этом вы можете выбрать именно тех людей, которые вам нужны, вместо «полного пакета», который может предоставить поставщик.

– Зачастую в IT-аутстаффинге сотрудники более квалифицированные, поэтому им ежемесячно (или раз в две недели) от его агентства, а не от компании-заказчика. При модели аутсорсинга все зависит от договора.

Сотрудники могут получать почасовую заработную плату или выплачивать по проекту зависимо от его итогов.

– При стандартном IT-аутсорсинге уже установленная связь. Менеджер и сотрудники знают друг друга, и между ними установились рабочие отношения. При аутстаффинге клиенту приходится строить эти отношения с нуля. Наличие квалифицированного менеджера (со знанием необходимого языка) может быть весьма полезным.

– Рабочий процесс различается. У вас нет контроля над тем, что делают аутсорсинговые сотрудники. У них может быть несколько проектов от разных заказчиков. Поэтому качество может снизиться. При аутстаффинге вы полностью управляете их работой; они получают задания не от аутстаффинговой компании, а от руководителя вашей компании. Поэтому вы уверены, что вашему проекту уделяется все их внимание.

С аутсорсингом у вас большая ясность в ситуации. Этот метод подходит, когда вашей работоспособности или времени не хватает, чтобы сэкономить на заработной плате. С аутстаффингом гораздо сложнее. Не все ситуации подходят для сотрудничества со специальным подрядным агентством по найму трудовых ресурсов. Актуальность услуги возрастает этих случаях:

– Основную часть расходов компании составляют расходы на сотрудников.

– Ваш отдел кадров не успевает покрывать потребность в качественных специалистах.

– Штат компании значительно вырос, и вы не можете попасть в самую льготную налоговую категорию.

– Для контроля за персоналом у вас есть большие отделы кадров и бухгалтерии.

– Вы хотели бы добиться снижения своих рисков со страховой компанией и другими.

Таблица – Основные черты аутстаффинга и аутсорсинга

	Аутстаффинг	Аутсорсинг
Цель	Расширение команды	Бизнес-функция
Управление	Заказчик	Заказчик /поставщик
Ответственность за качество	Заказчик	Заказчик /поставщик
Доход	Низкий	Низкий/средний

Плюсы IT-аутстаффинга:

Прямое общение

Главным преимуществом модели аутстаффинга в технологической сфере является прямое общение с программистами и высокий уровень управления командой разработчиков. Без посредников заказчик может принимать решения, предотвращать возможные риски и контролировать процесс разработки в соответствии с требованиями конкретного проекта. Более того, ежедневное сотрудничество с одними и теми же IT-специалистами налаживает отношения в команде.

Доступ к глубокому опыту

Услуги IT-аутстаффинга предоставляют организациям объемный кадровый состав, преданный своему рабочему делу, высококвалифицированных разработчиков, которые будут сосредоточены исключительно на своем проекте. Вы можете привлечь лучших работников, не тратя огромные суммы на программы обучения для своих сотрудников. Этот факт значительно снижает расходы бизнеса. Помимо того, работая в качестве дополнения к вашей IT-команде, эти внешние сотрудники могут повышать квалификацию, технические знания ваших штатных программистов в ходе частого сотрудничества.

Гибкие команды

К плюсам аутстаффинга разработки программного обеспечения также относится гибкость. Если вы чувствуете недостаток человеческих ресурсов, вы можете с легкостью добавить новых талантливых сотрудников для улучшения общей производительности. Точно так же вы можете прекратить деловые отношения с конкретными разработчиками после завершения проекта. Иными словами, заказчик может просто масштабировать свою команду, когда ему это необходимо.

Недостатки услуг аутстаффинга в технологической сфере:

Трудности управления

Разумеется, значительный контроль требует большей ответственности, именно по этой причине управление внешней командой разработчиков может быть не таким легким. Эти программисты - официальные сотрудники аутстаффинговой компании, поэтому они скорее идентифицируют себя с компанией поставщика, чем с вашей. Эти работники часто не проявляют интереса к будущему бизнеса клиента, корпоративной культуре, а главное — к самому продукту. Все эти факторы могут привести к неудачным итогам работы, ответственность за которые будете нести полную ответственность именно вы.

Риск утечки информации

В случае с моделью аутстаффинга вы можете поделиться своими идеями и раскрыть конфиденциальную информацию о продукте. Это может привести к краже данных и нарушению прав интеллектуальной собственности. Необходимо обратиться к опытным юристам, ведь иногда аутстаффинговые агентства претендуют на право оставаться собственниками разработанного ПО после окончания сотрудничества с клиентом.

Трудности с получением финансирования

К сожалению, аутстаффинг редко бывает эффективным для технологических продуктовых компаний, которые стремятся получить финансирование. Отсутствие собственного квалифицированного персонала может стать препятствием для сделки, так как наибольшее внимание инвесторов привлекает команда, работающая над проектом. Сотрудничество с поставщиком услуг аутстаффинга может сигнализировать о нехватке опыта, необходимого для реализации отличной идеи.

Очевидно, разница между аутсорсингом и аутстаффингом довольно значительная. Обращаться к услугам аутстаффинга в России опасно нарушением закона, не всегда эффективно. Такая же ситуация в случае аутсорсинга. Если вы хотите брать на себя больше контроля, ответственности за удаленным сотрудником контролировать, то аутстаффинг — это то, что вам нужно. Нанимая выделенных специалистов, вы восполняете недостающие элементы вашей команды и получаете полный контроль над поставленными перед ними задачами.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бакирова, Р. Р. Методы оценки и управления рисками на предприятиях / Р. Р. Бакирова, А. А. Бадретдинова, Э. Ф. Сагадеева // Российский электронный научный журнал. – 2017. – № 1(23). – С. 83-94.

2. Веснин, В.Р. Управление персоналом. Теория и практика. – М.: Проспект, 2018. – 688 с.

3. Зайцева, Т.В., Зуб А.Т. Управление персоналом, - М.: ИНФРА-М, 2016. –336 с.

4. Кильмакова, Г. Т. Организация мероприятий по повышению эффективности работы и качества персонала / Г. Т. Кильмакова, Э. Ф. Сагадеева // Инновации, экобезопасность, техника и технологии в производстве и переработке сельскохозяйственной продукции: Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции с

международным участием, Уфа, 23–24 ноября 2012 года. – Уфа: Башкирский государственный аграрный университет, 2012. – С. 255-256.

5. Когорова, М.А. Кадровый менеджмент. – Ростов н/Д.: Феникс, 2017. – 456 с.

6. Огарков, А.А. Управление организацией, - М.: Эксмо, 2016. – 512 с.

7. Рогожин, М.Ю. Управление персоналом. – М.: Проспект, 2018. – 320 с.

УДК 331.108:338

Гоцуцова М.О.

Научный руководитель: Орлова Л.В., ст. преп.

ГОУ ВПО «Донецкий Национальный университет», г. Донецк

КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Кадровое обеспечение в государственном и муниципальном управлении – это деятельность, направленная на подбор профессионально подготовленных кадров всех органов власти, способных в конкретных современных условиях в рамках закона и должностных полномочий эффективно осуществлять задачи и функции государственных и муниципальных органов, предполагающая применение всевозможных закрепленных в нормативно-правовых актах механизмов и технологий формирования и использования кадров. Уровень профессионализма государственных служащих является залогом внедрения современных форм и механизмов государственного управления [2].

На текущий момент практика государственного управления в Донецкой Народной Республике находится на этапе формирования. Идет активный поиск управленческих механизмов, обеспечивающих повышение эффективности работы, в том числе и в органах государственной власти. В условиях становления молодого государства важно обеспечить поступление на государственную службу граждан, обладающих соответствующим трудовым потенциалом, позволяющим выполнять должностные обязанности, исходя из конкретных задач и функций, стоящих перед ними.

Эффективное кадровое обеспечение системы государственного и муниципального управления определяется государственной кадровой политикой, учитывающей постоянное изменение социально-экономической среды. Государственная кадровая политика направлена на обеспечение персоналом понимания существующей структуры и потребностей и имеет приоритетные векторы развития:

- обеспечение качественного подбора, распределения и использования персонала;
- привлечение молодежи путем профессиональной ориентации, отбор из числа студентов и выпускников;
- создание оптимальных условий для реализации трудового потенциала персонала;
- продвижение и использование эффективного развития персонала;
- использование современных технологий управления трудовым поведением персонала [3].

Для успешной реализации вышеперечисленных направлений формирования кадров в государственных органах и органах местного самоуправления в ДНР, важнейшими мероприятиями являются:

- привлечение перспективной молодежи на государственную и муниципальную службу;
- формирование положительного имиджа, престижа государственной и муниципальной службы;
- обеспечение эффективного взаимодействия государственных органов и органов местного самоуправления с организациями образования, в целях обеспечения практико-ориентированных образовательных программ и повышения квалификации государственных гражданских и муниципальных служащих;
- участие студентов и выпускников образовательных организаций в реализации проектов, в которых заинтересованы государственные органы и органы местного самоуправления;
- работа с талантливой молодежью и формирование кадрового резерва;
- трудоустройство перспективных выпускников организаций образования, проявивших свои способности в ходе прохождения практики.

В настоящее время одной из проблем эффективного функционирования органов власти в Республике является нехватка кадров с соответствующим трудовым потенциалом, квалификацией нового поколения.

Консерватизм образовательной системы в целом и системы повышения квалификации государственных и муниципальных служащих препятствует повышению эффективности использования трудового потенциала в сфере государственного и муниципального управления. Для решения системных и организационных проблем на государственной и муниципальной службе необходимо применять новые подходы, в частности в осуществлении развития персонала. Причем решить эту проблему можно путем применения современных кадровых технологий при обеспечении кадрами государственной и муниципальной службы и ее прохождении, применяя комплексный подход [4].

Среди проблем кадрового обеспечения системы государственной и муниципальной службы в Республике – низкая социально-экономическая мотивация молодых работников, поступающих на службу в органы государственной и муниципальной власти, которая формирует недоверие абитуриентов к перспективам данного направления подготовки в высших учебных заведениях, нивелирует реализацию профессиональных стимулов для работников органов государственного и муниципального управления.

Ориентация на лучшие мировые зарубежные и отечественные практики позволит, используя такой опыт, обеспечить выполнение требований, в том числе к качеству государственных и муниципальных услуг, повысить отдачу от реализации трудового потенциала.

На практике в системе государственного и муниципального управления Российской Федерации, применяются следующие подходы повышения эффективности формирования и использования трудового потенциала государственных и муниципальных служащих в процессах обучения: направляются на обучение в соответствии с заявкой, в установленные сроки, контролируют выполнение, обучают с использованием различных технологий, в том числе на рабочем месте, оценивают результаты обучения.

Сегодня большинство субъектов РФ применяют новые образовательные технологии, которые учитывают следующие современные требования: развитие международных интеграционных процессов, требования унификации образовательных процессов и гарантии качества предоставляемых образовательных услуг, оптимальные подходы к оценке качества образования [1].

Необходимо также обратить внимание и на успешный опыт Министерства экономического развития Донецкой Народной Республики по внедрению управленческих инноваций:

– культура гибкого управления – практика проведения длительных совещаний ведомства, заменена сервисами группового общения с использованием мессенджеров, что позволяет быстрее совершать коммуникации друг с другом и эффективно решать текущие вопросы в оперативном режиме;

– ротация кадров – перемещение сотрудников по структурным подразделениям ведомства с целью формирования понятия о деятельности в целом, а также повышение адаптационных возможностей и универсальности работников, что позволило подготовить руководителей высшего звена из числа действующих сотрудников;

– аттестация – позволяет своевременно выявить необходимость в повышении квалификации, профессиональной подготовке или переподготовке сотрудника, а также определить перспективы использования потенциальных способностей работника;

– публичный подбор кадров – проведение конкурса «Олимпиада инициатив», который нацелен на поиск перспективных и талантливых управленцев;

– формирование рейтинга лучших практикантов – по итогам прохождения практики и ряда оценочных мероприятий, практиканты включаются в молодежный кадровый резерв ведомства;

– формирование профессиональной идентичности, т.е. создание условий для осознания студентом сопричастности к выбранной профессии, понимание им своего дальнейшего профессионального пути.

Следует отметить, что Министерством экономического развития ДНР для студентов вузов инициирован и проводится цикл бинарных лекций «Теория на практике», в рамках которого у студентов появляется возможность не только получить ценную информацию из первых уст, но и задать интересующие вопросы.

Коллектив Министерства сформирован из достаточного количества профессионалов, с одной стороны обладающих творческим мышлением и гибким подходом в решении сложных задач, а с другой – имеющих опыт эти задачи ставить и добиваться их выполнения.

Из вышесказанного следует, что для эффективного кадрового обеспечения системы государственного и муниципального управления Республики необходимо учитывать прежде всего передовой отечественный опыт.

Для совершенствования качества государственного управления также нужно внедрять новые технологии в работе министерств и ведомств, повышать их открытость и уровень доверия между

гражданами и государством, а также сокращать избыточные контрольно-надзорные функции, которые являются одним из следствий недостатка такого доверия.

Важным аспектом повышения эффективности работы государственных и муниципальных служащих является их обучение и повышение квалификации. В рамках обучения важно изучать актуальные темы, в частности проектную деятельность, управленческие компетенции.

Основными компонентами при формировании кадрового обеспечения государственного и муниципального управления должны стать: подбор, оценка и расстановка персонала; мотивация и аттестация кадров; подготовка, переподготовка, повышение квалификации кадров; формирование резерва кадров и работа с ним.

Направления совершенствования кадровой политики в ДНР отражены на (рисунке 1).

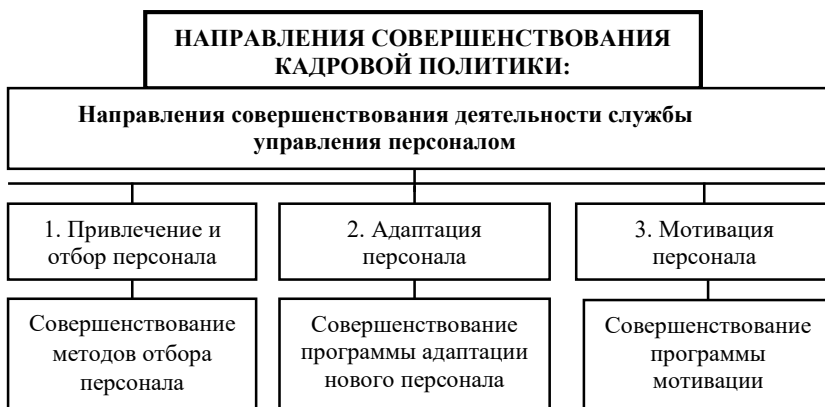


Рис. 1 Направления совершенствования кадровой политики в ДНР

Таким образом, эффективность системы кадрового обеспечения, являясь основным элементом государственного и муниципального управления, напрямую отражается в основных показателях качества взаимодействия населения и государственных структур, показателях социально-экономического развития территорий и государства в целом. Решение проблем кадрового обеспечения системы государственной и муниципальной службы в Донецкой Народной Республике является актуальным и требует комплексного подхода.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Вотинова Л. В., Марков С. Н. Проблемы кадрового обеспечения в органах муниципального управления // European Research: сборник статей победителей VII международной научно-практической конференции. Пенза: Наука и Просвещение, 2016. С. 477-481.
2. Иванова С. П., Данилина М. В. Система оплаты труда 2017: Экономический аспект // Нормирование и оплата труда в промышленности. М: Панорама, 2018. С. 35-41.
3. Иванова С. П., Данилина М. В. Система оплаты труда 2017: Экономический и законодательный аспект // Нормирование и оплата труда в промышленности. М: Панорама, 2018. С. 35-41.
4. Токарева А. А., Николаева А. А. Специфика мотивации персонала в системе государственной службы и некоммерческой организации // Научный журнал Дискурс. 2018. №7 (21). С. 191-206.

УДК 339.138

Григорьева С.В.

*Научный руководитель: Старикова М.С., д-р экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ DIGITAL-МАРКЕТИНГА В РОССИИ

Как и любая другая сфера, маркетинг под влиянием цифровизации быстро развивается и переходит от своей традиционной формы к цифровой, т.е. Digital-маркетинг.

Digital-маркетинг – это всестороннее продвижение товаров и услуг посредством технологий и интернет-пространства. Он помогает распространить информацию о продуктах компаний и ускорить их продажу, используя возможности всех цифровых каналов: интернета, телевидения, радио, смарт-гаджетов и приложений, смс-рассылок, услуг инфлюенсеров, push-уведомлений, QR-кодов на сайтах, объявлениях, брошюрах и в журналах, промокодов. Кроме того, данный вид маркетинга помогает охватить большую часть аудитории, получить обратную связь и уменьшить затраты на рекламу. В этом заключаются основные преимущества цифрового маркетинга над традиционным. [1]

Следует отметить, что в сфере digital-маркетинга в последние годы отмечается достаточно большое число исследований [3, 6, 8, 9, 10 и др.], основной вектор которых направлен на повышение эффективности

деятельности компаний, в том числе за счет сокращения издержек и с учетом влияния экономической нестабильности и переформатирования бизнес-активностей в эпоху пандемии Covid-19.

Digital-маркетинг направлен на решение самых важных задач компании, а именно:

- повысить узнаваемость брендов. Для многих потребителей важно покупать товары, производимые известными брендами, о которых первым делом они вспоминают при возникновении у них какой-либо потребности;

- привлекать трафик. Digital-маркетинг помогает производителям иметь более тесные связи с потребителями, посредством привлечения потенциальных покупателей на свои онлайн-площадки;

- собирать контактную информацию клиентов для дальнейшего общения с ними, в процессе которого компании смогут повышать лояльность к себе и стимулировать продажи своей продукции и др. [8]

Каждый год в сфере Digital-маркетинга появляются новые тренды и способы продвижения. 2022 год не стал исключением. Перечислим некоторые из них ниже.

1. Видеомаркетинг. Использование видеороликов для продвижения товаров и услуг в интернет-пространстве с каждым годом становится все популярнее, так как данный метод рекламы подходит для любого вида бизнеса. Кроме того, по результатам многих исследований было выявлено, что в памяти человека через 72 часа остается 10% прочитанной информации, а после просмотра видео – 65% [2].

По данным наблюдений после просмотра рекламного ролика на странице фирмы в любой социальной сети 64% посетителей совершают покупку, 65% переходят по ссылке на официальный сайт компании, 88% людей на большее время задерживаются на тех сайтах, где присутствуют видеоролики. На сегодняшний день уже более 87% фирм используют видеомаркетинг, 75% из них довольны полученным результатом. Все это дает основания для более частого использования данного вида маркетинга в своей деятельности разными фирмами [2].

2. Аудиореклама и подкасты. В 2022 году продолжается тенденция роста аудиорекламы, что является следствием возрастающей популярностью аудиоконтента. Как показывает статистика, 64% людей пользуются стриминговыми платформами для прослушивания музыки и книг, 45% пользователей слушают подкасты. Кроме того, как показали исследования, 72% прослушивающих аудиоконтент

обращают внимание на размещенную в нем рекламу, а 60% после этого совершают покупку [7].

Российский рынок аудиорекламы растет одновременно с мировым. В 2020 году 87% интернет-пользователей пользовались сервисами стриминга. По прогнозам IAB, к 2024 году российский рынок аудиорекламы достигнет почти 6 млрд рублей.

3. Маркетинг в мессенджерах. На сегодняшний день использование мессенджеров – одна из главных функций телефонов. Через этот канал люди не только связываются между собой, но и читают новостные и информационные каналы, работают и налаживают связи с брендами. Мессенджер-маркетинг помогает оптимизировать деятельность фирм на всех уровнях, создать более быструю и эффективную связь с потенциальными клиентами, повысить их лояльность благодаря персональному подходу и геймификации, оптимизировать процесс продажи товара и получения обратной связи от потребителей, используя ботов для ответа на типовые вопросы [5].

4. Диалоговый маркетинг. Данный метод основан на постоянном общении бренда с потенциальными покупателями, которое может осуществляться через использование чат-ботов, общение в комментариях под постами в социальных сетях или же с помощью живого чата. Разговорный маркетинг позволяет собирать более точную и актуальную информацию об аудитории, строить более прочные отношения между продавцом и покупателем, сокращать цикл продаж, повышать уровень удовлетворенности потребителей [5].

5. Использование клиентского опыта. Как правило, люди совершают покупки, опираясь на отзывы и опыт прежних покупателей. Именно поэтому фирмы все чаще на своих страницах в социальных сетях и сайтах размещают информацию о результатах и мнениях своих прежних потребителей. Но для эффективности данного метода продвижения товаров необходимо использовать те отзывы, в которых будут описаны наиболее полно и четко все положительные качества продукта и результаты, полученные от его использования, представленные в визуальном формате. В свою очередь, отрицательные комментарии используются для совершенствования и повышения качества предоставляемых услуг и товаров [5].

6. Услуги инфлюенсеров. Данный метод продвижения особенно актуален для малого и среднего бизнеса, но и для крупных фирм он может использоваться. Так как многие люди проводят большое количество времени в социальных сетях, где следят за жизнью и деятельностью блогеров, продвижение товаров через рекламу у инфлюенсеров очень популярно и эффективно.

7. Маркетплейсы. Продажи товаров на этих платформах в последние годы все набирают популярность, они интересны для использования как для производителей, так и для покупателей. Для первых их использование выгодно с точки зрения экономии денежных средств на продвижении, доставке и других деталях. Для покупателей же данные площадки интересны, так как на них есть возможность выбора среди большого количества альтернативных товаров.

По статистике 90% компаний смогли поднять свои продажи благодаря выводу товара на маркетплейсы, а для 55% продавцов торговые площадки стали единственным или основным каналом продаж [6].

В 2021 году потребители на 50% чаще стали искать товар сразу на продающей площадке, 58% онлайн-покупателей предпочитают сравнивать товарные предложения минимум на двух маркетплейсах. По прогнозам аналитиков, в течение пяти лет будет наблюдаться стабильный рост в использовании маркетплейсов. К 2025 году рынок должен вырасти в четыре раза и достигнуть 11.1 трлн. рублей.

8. Конфиденциальность. Интернет-пространство меняется с бешеной скоростью, а проблемы с приватностью данных усугубляются. Все чаще люди с недоверием относятся к сайтам, для нахождения на которых необходимо предоставление персональной информации. Именно поэтому компании стали уделять внимание защите данных своих пользователей и использовать упоминания об этом в своих рекламных компаниях.

9. Клиентский контент. Данный тренд маркетинга основан на использовании социальных сетей своих потребителей для продвижения брендами своей продукции: упоминание аккаунта фирмы при покупке или пользовании услугой, использование изображений логотипов на зеркалах, салфетках и других предметах, которые могут попасть в фотографии и тем самым прорекламирровать компанию и привлечь потенциальных клиентов.

10. Прямые покупки. Развитие технологий позволяет сделать покупки более быстрыми и легкими, это возможно благодаря использованию QR-кодов, которые можно разместить на любом объекте и использовать для быстрого перехода на сайт для покупки, быстрых ссылок на товары, которые уже применяются на разных информационных площадках, и других подобных инструментов. Как показывают исследования, уменьшение длительности процесса покупки позволяет значительно увеличить объем продаж [9].

Таким образом, благодаря развитию технологий и интернет-сетей маркетинг меняется и переходит в цифровое пространство, появляются новые тренды маркетинга и способы продвижения товаров.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Digital-маркетинг: основные инструменты, каналы и метрики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.carrotquest.io/blog/digital-marketing/?ysclid=12n5k5947w> – Дата доступа: 30.04.2022.

2. Видеомаркетинг: понятие, перспективы развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sendpulse.com/ru/blog/video-marketing?ysclid=12nd6d2vnh> – Дата доступа: 29.04.2022.

3. Крюкова Е.М. Теоретическое осмысление social networks как современного цифрового маркетингового инструмента гостиничного и туристского бизнеса // Социальная политика и социология. 2021. Т. 20. № 2 (139). С. 24-31.

4. Маркетинг и менеджмент в условиях цифровизации экономики: монография / Е. Д. Щетинина, М. С. Старикова, Т. Н. Пономарева [и др.]; под редакцией Е. Д. Щетининой. — Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020. — 192 с.

5. Мессенджер-маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/274328-messendzher-marketing-samoe-podrobnое-rukovodstvo-chast-1-principy-raboty?ysclid=12nfjmrdd> – Дата доступа: 30.04.2022.

6. Молчанов Н.Н., Никитенко Ю.В. Об эффективности инструментов digital-маркетинга с учетом влияния COVID-19 // Экономика и управление. 2021. Т. 27. № 6 (188). С. 437-447.

7. Преимущества аудиомаркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://sbermarketing.ru/news/audio_advertising? – Дата доступа: 30.04.2022.

8. Старков Е.Н. Цифровой маркетинг как эффективный инструмент повышения уровня конкурентоспособности компании // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2021. Т. 10. № 4 (37). С. 241-245.

9. Тинькова Е.В., Якубович А.М., Кожевникова А.С. Тренды использования искусственного интеллекта в маркетинговых коммуникациях // Экономика и предпринимательство. 2022. № 1 (138). С. 818-822.

10. Щетинина Е.Д., Бузиашвили Г.З. Место smm в системе видов маркетинга, его преимущества и недостатки // Белгородский экономический вестник. 2021. № 1 (101). С. 38-44.

УДК 005.336.3

Григорьянц А.М.

*Научный руководитель: Юракова Т.Г., канд. техн. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

К ВОПРОСУ НЕОБХОДИМОСТИ И БАРЬЕРАМ ПРИ ВНЕДРЕНИИ БЕРЕЖЛИВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ПЛИТКИ КЕРАМИЧЕСКОЙ

На сегодняшний день в условиях высокой конкурентоспособности особенно важным вопросом является повышение эффективности предприятий, в том числе и при производстве плитки керамической. Для достижения данной цели есть мощный инструмент, а точнее методология бережливого производства.

Бережливое производство представляет собой ряд методов, разработанных для минимизации потерь материалов и труда при сохранении или повышении уровня производства. Это приводит к повышению эффективности и производительности.

Принципы бережливого производства, впервые разработанные на предприятии Toyota, включают производство «точно в срок», при котором запасы поддерживаются на низком уровне «по мере необходимости»; автоматизацию под наблюдением рабочих для поддержания контроля качества (известная как дзидока); минимизацию простоев и транспортных расходов и др [1].

В конечном счете, бережливое производство заключается в устранении того, что не добавляет ценности, и предоставлении конечному потребителю наилучшего продукта как можно быстрее и с минимальными затратами и потерями.

Говоря о производстве плитки керамической, в первую очередь необходимо обратить внимание на размер предприятия.

Крупные предприятия обладают достаточными ресурсами (финансовыми, материальными, человеческими, информационными и другими), позволяющими им заниматься деятельностью, связанной с

внедрением новых решений. Тогда как в случае с небольшими керамическими заводами существуют такие барьеры, как, например:

- ограниченные кадровые ресурсы, особенно нестабильность и вариативность занятости;
- проблемы с планированием, особенно стратегическим;
- затраты на внедрение, обучение и консультации;
- проблемы с подготовкой и ведением документации.

Малые и средние предприятия также имеют негативные особенности, влияющие на их организацию и функционирование: менеджеры (собственники) малых предприятий часто не обладают достаточными управленческими знаниями, с недоверием относятся к организационным нововведениям, не имеют необходимого времени [2].

Однако в случае малых и средних предприятий есть некоторые преимущества, связанными с прозрачностью материальных потоков компании, прозрачностью организационных структур (что является следствием их простоты), скоростью потока информации и принятия решений (короткие информационные пути, небольшое количество уровней управления, централизация основных полномочий по принятию решений), высокая мотивация сотрудников и руководителей, что также приводит к быстрым и гибким ответам.

Вторым по важности аспектом, который нужно учитывать при внедрении бережливого производства – территориальное расположение завода, которое связано с затратами на доставку сырья и необходимых компонентов.

В некоторых регионах есть залежи глины, а многие керамические заводы расположены вдали от глиняных шахт и перерабатывающих заводов. Поставка сырья часто происходит большими партиями и вызывает накопление его запасов на складах в течение длительного периода времени.

Кроме того, отношения с клиентами, условия ведения бизнеса (размер ассортимента, количество заказанных товаров в одной доставке, короткие сроки доставки, возврат товаров) напрямую влияют на работу компании [3]. Чтобы обеспечить надежную и своевременную доставку заказов покупателям, керамические заводы собирают продукцию на складе готовой продукции. Такое положение дел является препятствием для устранения отходов и внедрения инструмента, отвечающего за выравнивание производства.

Действующая производственная система компании определяет поток материалов и полуфабрикатов во время заказов. В настоящее время характерной чертой производственной среды, в которой работают многие керамические заводы, является организация

непрерывной производственной системы. Эта система вынуждает планировщиков, ответственных за производство, надлежащим образом подготавливать партию. Непрерывный процесс термообработки чрезвычайно сложен и может стать реальной проблемой, которая и определяет затраты, связанные с прекращением эксплуатации и перезапуском печи. Ещё одна проблема заключается в том, что заводы, производящие керамические галантерейные изделия или строительную керамику, подвержены колебаниям в продажах продукции из-за сезонности. Это создает барьер, связанный с непрерывным обслуживанием производства, и влияет на хранение запасов [4]. Потери, вызванные перепроизводством или нехваткой продукции, являются главной проблемой для керамических предприятий.

Также необходимо обратить внимание на вопрос рынка труда. Существует проблема с наймом людей, обладающими необходимой квалификацией и компетенциями. На качество производимой продукции напрямую влияют поддержание чистоты на рабочем месте (5S), соблюдение стандартов (стандартизация), гибкость работы (SMED) и т.д.

Согласно концепции Lean, компания должна обеспечивать объемы производства в соответствие с объемом продаж. Однако прогнозировать тенденции спроса на отдельные товарные группы сложно. Данные о продажах за предыдущие периоды не всегда соответствуют текущей рыночной ситуации [5]. В этой ситуации трудно реализовать систему вытягивающего производства, основанную на фактическом спросе клиентов, и, следовательно, трудно поддерживать фактическую эффективность производственной линии [6]. Другая проблема – небольшие производственные площадки. Неравномерный спрос приводит к высоким, не всегда желательным складским запасам, что может стать большой проблемой после окончания данного сезона. Следовательно, тип производственной системы, узкие места и сезонность являются основными препятствиями для реализации производства, основанного на фактическом спросе клиентов в соответствии с философией бережливого производства [7].

Таким образом, подводя итог вышесказанного, для предприятий керамической промышленности можем предложить внедрение следующих инструментов бережливого производства:

1. 5S – организация рабочего пространства.
2. Андон – средство информационного управления, которое дает представление о текущем состоянии хода производства, а также при необходимости создает визуальное и звуковое предупреждение о возникновении дефекта.

3. Анализ узких мест – определение этапов или процессов производства, ограничивающих общую производительность, а также внесение изменений в соответствии с выявленными проблемами.

4. Непрерывный поток – оптимизация предприятия путем выстраивания производственных потоков.

5. Кайдзен – внедрение корпоративной культуры и определение целей для постепенного, но постоянного улучшения процессов.

6. Точно в срок – метод организации «вытягивающего» производства под конкретные заказы в необходимом объеме.

7. Канбан – регулирование потоков продукции и сырья путем внедрения сигнальных карт.

8. KPI – внедрение показателей эффективности для приоритетных направлений деятельности.

9. PDCA – методология постоянного совершенствования.

10. Покэ ёкэ или защита от ошибки – внедрение методов предотвращения ошибок.

Внедряя предложенные методы, предприятие сможет эффективно устранить существующие барьеры, повысить эффективность и прибыль организации, а также улучшить качество своей продукции. Предложенный перечень не исчерпывающий, согласно основополагающему принципу постоянного улучшения, по мере развития организации можно внедрять более сложные методы бережливых технологий, которые будут способствовать оптимизации предприятия.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Касьяненко А. Р., Жарикова О. А. Перспективы внедрения системы бережливого производства в Российской Федерации // Молодой ученый. 2018. №43. С. 234-237.

2. Вумек Д., Джонс Д. Бережливое производство: как избавиться от потерь и добиться процветания компании. М.: Альпина Паблишер. 2013. 472 с.

3. Деминг Э. Выход из кризиса: Новая парадигма управления людьми, системами и процессами. М.: Альпина Паблишер, 2012. 419 с.

4. Генри Р. Пространство доктора Деминга: Принципы построения устойчивого бизнеса. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 370 с.

5. Оно Т. Производственная система Тойоты: уходя от массового производства. М: Издательство ИКСИ, 2012. 192 с.

6. Шлыков Г.П. Философия качества Э.Деминга. Пенза: ПГУ, каф. МСК, 2004. 25 с.

7. Юракова Т.Г., Черноситова Е.С., Левицкая К.М. Актуальные вопросы обеспечения качества стали как основного материала для производства продукции машиностроения // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2017. №6. С. 207-212

УДК 005.336.3

Григорьянц А.М.

*Научный руководитель: Юракова Т.Г., канд. техн. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ЦИКЛ ШУХАРТА-ДЕМИНГА КАК ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЙ ПРИНЦИП СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В 1950-х годах консультант по менеджменту доктор Уильям Эдвардс Деминг разработал метод определения того, почему некоторые продукты или процессы не работают должным образом. Его подход с тех пор стал популярным инструментом стратегии, используемым многими различными типами организаций. Это позволяет им формулировать теории о том, что нужно изменить, а затем проверять их в «непрерывном цикле обратной связи».

Цикл «планируй-делай-проверяй-действуй» представляет собой модель осуществления изменений. Это неотъемлемая часть философии бережливого производства и ключевая предпосылка для постоянного совершенствования людей и процессов.

Сначала предложенный Уолтером Шухартом, а затем разработанный Уильямом Демингом цикл PDCA стал широко распространенной основой для постоянных улучшений в производстве, управлении и других областях [1].

В своей книге «Экономический контроль качества выпускаемой продукции» Шухарт применил научный метод к экономическому контролю качества.

Тезис Шухарта был далее развит У. Эдвардсом Демингом, который отстаивал работу Шухарта. Деминг расширил идею Шухарта и использовал научный метод не только для контроля качества, но и для улучшения процессов.

Деминг продолжал обучать этому методу, который он назвал циклом Шухарта, японских инженеров. Там цикл Шухарта, смешанный с кайдзен (японский принцип непрерывного совершенствования, который был разработан Каору Исикавой), производственной системой

Toyota и бережливым производством, превратился в то, что теперь называют циклом «Планируй-Делай-Проверяй-Действуй» (PDCA).

Сам Деминг использовал концепцию Plan-Do-Study-Act (PDSA – Планирование-Действие-Обучение-Действия по результатам). Он обнаружил, что в Check (Проверка) больше внимания уделяется внедрению изменений.

В настоящее время цикл «Планируй-Делай-Проверяй-Действуй» обычно используется как часть бережливого управления проектами.

У этой методики много названий, в том числе:

- Цикл «Планируй-Делай-Проверяй-Действуй», или цикл PDCA
- Цикл Деминга или колесо Деминга
- Цикл Шухарта
- Цикл управления
- Цикл «Планируй-Делай-Изучай-Действуй» или цикл PDSA

Цикл PDCA представляет собой основу для подхода и решения проблем управления проектами и улучшения процессов [2]. В результате он может быть реализован для самых разных проектов. Команды, использующие цикл PDCA, эффективно используют элемент непрерывного улучшения — вместо того, чтобы использовать цикл для сквозного процесса, цикл PDCA — это способ обеспечить непрерывное улучшение и реализовать итеративный процесс.

Цикл «Планируй-Делай-Проверяй-Действуй» особенно полезен, когда в организации хотят:

- оптимизировать и улучшить рабочий процесс;
- разработать новый бизнес-процесс;
- внедрить подходы постоянного улучшения в работе;
- применять быструю итерацию изменений и проводить немедленный просмотр результатов;
- минимизировать ошибки и улучшить результаты в деятельности предприятия;
- быстро протестировать несколько решений.

Цикл PDCA включает в себя 4 этапа: «планирование», «выполнение», «проверка» и «действие», что продемонстрировано на (рисунке 1).

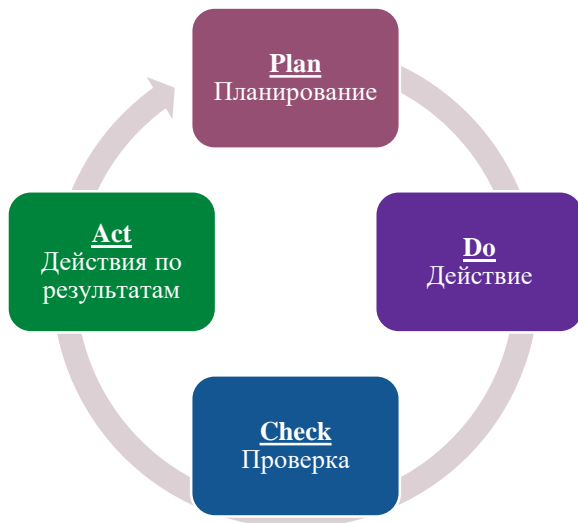


Рис. 1 Цикл PDCA

1. Планирование.

Первый шаг к любому улучшению процесса или планированию проекта — выяснить, что нужно сделать. Как и любой план проекта, он включает в себя разнообразную информацию, в том числе:

- 1) цели проекта;
- 2) показатели успеха;
- 3) результаты проекта или конечный результат;
- 4) заинтересованные стороны проекта;
- 5) график проекта;
- 6) любые соответствующие риски или ограничения проекта.

PDCA — это цикл. В начале внедрения данного подхода может не быть ответов на все приведенные выше вопросов, так как это повторяющийся цикл, то с каждым его повторением, процесс будет более налаженный [3]. Важно при каждом повторении цикла убедиться, что проект актуален и соответствует поставленным задачам.

2. Действие.

После разработки плана проекта, следующим шагом будет его апробирование и внедрение. Как и большинство типов бережливого управления проектами, PDCA предполагает небольшие постепенные изменения. На этапе выполнения цикла PDCA необходимо реализовать план проекта в небольшом масштабе, чтобы убедиться, что он работает.

Во время выполнения важно собирать данные, чтобы была возможность отслеживать процессы и измерять результаты. Также необходимо отмечать являются ли данные результаты положительными либо отрицательными.

3. Проверка.

На этом этапе можно выявить проблемы или сбои в процессе, которые впоследствии можно исправить.

Проводится проверка выполнения процесса или проекта на соответствие запланированным показателям. На данном этапе выявляются аспекты для улучшения. Фаза проверки имеет решающее значение для обнаружения несоответствий.

При проверке необходимы объективные и количественные параметры, чтобы должным образом оценить улучшение процесса и стандарты качества и сравнить их с предыдущими циклами. При необходимости нужно пересмотреть план процесса или проекта, чтобы убедиться, что он по-прежнему достигает поставленных целей [4].

4. Действия по результатам проверки.

Данный этап в PDCA также означает «настроить» и представляет собой действия, которые необходимо выполнить для исправления сбоев, обнаруженных на предыдущем этапе. На этом этапе можно указать решения проблем, а затем изменить план в соответствии с новыми результатами [5].

На этом этапе возможны два разных исхода:

1) Если ожидаемый результат был достигнут, он может служить ориентиром для других процессов и отделов или, например, других подразделений компании.

2) Если результат оказался ниже ожидаемого, его следует проанализировать, чтобы найти новые решения.

Важно отметить, что рынок очень динамичен, технологические новшества создаются постоянно, и трудно назвать сработавший шаблон окончательным. Даже если стратегия сработала, вполне вероятно, что ее можно улучшить, снова пройдя цикл PDCA.

Цикл PDCA – это мощный инструмент для постоянного совершенствования, но у этой системы есть и некоторые недостатки.

Положительные стороны:

- полезно для команд, которые хотят начать работу с постоянным улучшением;

- гибкая методология практически для любого проекта;

- возможность быстрого внедрения изменений и наблюдения за результатами;

– использование PDCA в качестве стандартной рабочей процедуры для повышения стандартизации в масштабах всей организации;

– проверенная методология постоянного улучшения.

Отрицательные стороны:

– необходимость поддержки высшего руководства, чтобы цикл PDCA был эффективным;

– получить преимущества применения данной методологии возможно только при постоянном повторении цикла, проделав процедуру единожды добиться результатов невозможно;

– требуется время для внедрения и изучения.

Этот метод можно использовать в любом процессе, чтобы организация всегда находилась в цикле непрерывного совершенствования с целью внедрения стандартов и повышения эффективности. Чем больше раз повторяется цикл, тем больше повышается качество и улучшается обслуживание клиентов.

Цикл PDCA особенно эффективен для стандартизации повседневных процессов компании, а также управления улучшениями. Данный метод помогает обеспечить заданный уровень качества, приспособиться к постоянным внешним изменениям, а также повышать конкурентоспособность организации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Деминг Э. Выход из кризиса: Новая парадигма управления людьми, системами и процессами. М.: Альпина Паблицер, 2012. 419 с.

2. Генри Р. Пространство доктора Деминга: Принципы построения устойчивого бизнеса. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 370 с.

3. Оно Т. Производственная система Тойоты: уходя от массового производства. М: Издательство ИКСИ, 2012. 192 с.

4. Шлыков Г.П. Философия качества Э.Деминга. Пенза: ПГУ, каф. МСК, 2004. 25 с.

5. Юракова Т.Г., Черноситова Е.С., Левицкая К.М. Актуальные вопросы обеспечения качества стали как основного материала для производства продукции машиностроения // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2017. №6. С. 207-212

Дорофеева А.С., Матвеева А.А.

*Научный руководитель: Пупенцова С.В., канд. экон. наук., доц.
Санкт-Петербургский политехнический университет им. Петра Великого,
г. Санкт-Петербург, Россия*

ТРЕБОВАНИЯ К ПЕРСОНАЛУ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В настоящее время экономика России сталкивается с некоторыми трудностями, связанные и с последствиями введённых санкций, с влиянием пандемии COVID-19. Изменились и требования к менеджменту. В наши дни современный менеджмент включает в себя не только известные в традиционном менеджменте функции планирования, организацию и контроль, но и добавляются новые функции [1]. Выделим функции современного менеджмента, позволяющие быстро изменять стратегию в случае возникновения внешних или внутренних угроз и нацеленные на развитие личной конкурентоспособности (рисунок 1).

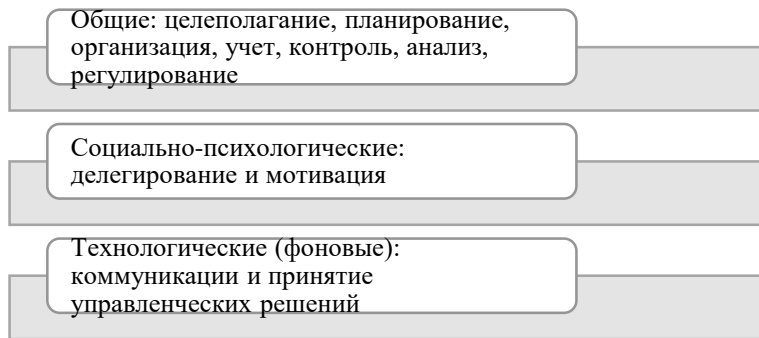


Рис. 1 Функции современного менеджмента.

Все эти функции взаимно дополняют друг друга, ведь современный менеджмент функционирует как целостная система, где каждый элемент не может находиться обособленно.

Выделим следующие тенденции современного менеджмента [1]:

- эффективное использование человеческого капитала;
- высокая адаптация и гибкость среды;
- развитие культуры ведения бизнеса и культуры лидерства;
- формирование новых специальных видов менеджмента;

- особое внимание – на развитие культуры организации;
- широкое использование стратегического планирования и управления.

«Делать знания производительными» – основная задача новой парадигмы современного менеджмента, где выделим следующие элементы нового содержания:

- на смену экономическому и социальному человеку приходит инклюзивный и самоактуализирующийся человек.
- организации рассматриваются как живые организации, состоящие из людей с общими целями и ценностями.
- организация трансформируется в организацию, ориентированную на клиента.

Как правило в менеджменте используются три основных подхода современного менеджмента: системный, ситуационный и количественный. Но в современных условиях полезно использовать и другие (рисунок 2) [2].

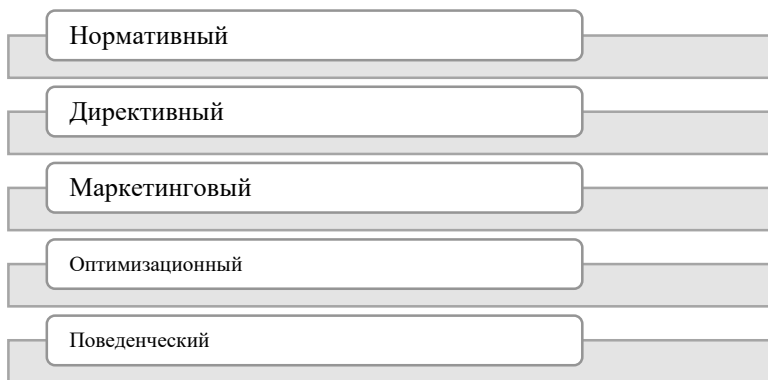


Рис. 2 Дополнительные подходы современного менеджмента.

Таким образом, современный менеджмент расширяет зону ответственности персонала [3]. Можно выделить несколько требований, применяемых к персоналу в свете современных тенденций менеджмента [4]:

- учет внешних и внутренних факторов;
- человеческий фактор – основополагающий [5];
- знание и использование основ менеджмента;
- личная ответственность менеджера;

- развитая коммуникация;
- обязательное обучение как руководителей, так и других сотрудников;
- развитие лидерства и постепенный отказ от авторитарного стиля руководства.

Так же стоит отменить особое влияние пандемии COVID-19 на управление персоналом, ведь сама пандемия и меры, которые были приняты для предотвращения распространения инфекции, уже повлияли на подходы к управлению персоналом. Именно сфера управления персоналом претерпела глобальные изменения. Как мы можем заметить, дистанционная форма работы и обучения стала нормой, многие люди полностью перешли на дистанционный формат работы [6]. В связи с этим меняются и требования к каждому работнику, изменяются в какой-то степени его обязанности. Оценка персонала переводится в цифровой формат [7, 8]. Пандемия COVID-19 глобально поменяла не только повседневную жизнь каждого человека, но и перевила рабочую сферу в цифровую реальность с новыми поведенческими моделями потребителей.

Был принят Международный стандарт COVID-19 ISO/PAS 45005:2020 «Управление безопасностью и гигиеной труда». Данный стандарт включает в себя основные требования к персоналу по защите здоровья и безопасности:

- проведение тестирования, поддержание связи с персоналом;
- использования средств индивидуальной защиты;
- передвижение между рабочими местами, использования мест общего пользования;
- организации визитов и других деловых встреч с третьими лицами;
- специального обучения при первом выходе на работу после снятия карантина;
- подготовки отчетности об эффективности предпринятых мер.

Поэтому вместо того, чтобы сократить общение между сотрудниками, удаленный формат привел к его улучшению по нескольким причинам:

- совещания проводятся в видеоформате; тон вежливости переходит в светскую беседу;
- выбор тем для обсуждения становится более осмысленным. если коллега или руководитель не находится за соседним столом и ему нужно отправить электронное письмо или позвонить вам по видеосвязи через мессенджер, важность вопроса определяется немедленно;

– при удаленной работе многие сотрудники общаются в письменном виде, чтобы желания и требования работы были структурированы.

Для определения ключевых тенденций управления персоналом, воспользуемся исследованием компании Deloitte [1]. На 2021 год авторы выделяют следующие тренды развития управления кадрами:

1. Стратегия Well-being или система благополучия сотрудников. Well-being – это набор взаимосвязанных и взаимозависимых программ, рассчитанных, обычно, на долгосрочный период.

2. Раскрытие скрытого потенциала сотрудников. В связи с пандемией COVID-19 управляющие призвали сотрудников увеличить набор обязанностей и брать на себя задачи, которыми они раньше не занимались.

3. Создание «суперкоманд». Эффективная работа в команде стала довольно значимым фактором успешной деятельности фирмы в условиях нестабильной ситуации в стране.

4. Планирование кадров в долгосрочной перспективе. Вспышка коронавируса внесла серьезные изменения в стратегии управления персоналом в компании.

5. Проектирование деятельности: управление опытом сотрудников. В связи с последними событиями команды по управлению персоналом в компаниях были вынуждены создавать мероприятия по преодолению кризиса и укреплению доверия работников.

6. Формирование кадровой экосистемы: управление сотрудниками вне компании. За последние несколько лет «альтернативные методы найма», такие как фриланс, работа над проектами, неполный рабочий день и гиг-работа стали все более распространенными.

Таким образом, мы рассмотрели основные современные технологии и тренды развития сферы управления персоналом. Главная задача менеджеров подобрать метод управления кадрами в соответствии со спецификой организации и особенностями персонала в компании. Многие руководители отмечают, что при управлении персоналом следует также внимательно относиться к повышению интереса к корпоративной социальной ответственности, активному внедрению новых методов работы и новых мест для работы, цифровизации технологий подбора персонала, формированию целостной, гибкой и персонализированной системы вознаграждения, цифровой трансформации обучения сотрудников и усилению внимания к инструментам внешнего и внутреннего HR-брендинга.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Калязина С.Е., Багаева И.В. Ключевые отрасли российского бизнеса как драйверы отечественной экономики // В сборнике: Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли. Сборник трудов всероссийской научной и учебно-практической конференции. В 3-х частях. 2020. С. 338-342.

2. Звягина Н.В., Пупенцова С.В. Современные подходы в системе развития персонала // В сборнике: Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли. Сборник трудов научно-практической и учебной конференции. 2019. С. 167-170.

3. Филиппенко А.А., Мельниченко П.В., Тельнова Д.Е., Пупенцова С.В. Современные тренды в управлении персоналом // В сборнике: Сборник избранных статей по материалам научных конференций ГНИИ "Нацразвитие". Материалы Всероссийских (национальных) научных конференций. СПб, 2021. С. 27-29.

4. Тренина И.А., Татенко Г.И., Бахтина С.С. Ключевые технологические компетенции как фактор инновационного развития региона // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Сер.: Экономические науки. 2020 С. 20-30.

5. Харламова Т.Л., Алексеева Н.С. Исследование взаимосвязи между человеческим капиталом и инновационным развитием // Социально-экономический и гуманитарный журнал Красноярского ГАУ. 2021 № 4 (22). С. 63-76.

6. Дуррани П.Н., Яковлева М.А., Багаева И.В. Цифровизация HR-процессов: использование искусственного интеллекта в подборе персонала // В сборнике: Неделя науки СПбПУ. Материалы научной конференции с международным участием. Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли. В 3-х частях. 2019. С. 149-151.

7. Яковлева М.А., Дуррани П.Н., Багаева И.В. Роль HR-аналитики в управлении талантами как элементом стратегии развития персонала организации // В сборнике: Неделя науки СПбПУ. Материалы научной конференции с международным участием. Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли. В 3-х частях. 2019. С. 183-186.

8. Ашотян С.Г., Пупенцова С.В. Влияние деловой репутации на оценку конкурентных преимуществ предприятия в условиях неопределенности и риска // Проблемы социально-экономического развития Сибири. 2020. № 3 (41). С. 9-14.

Егошина Е.В.

*Научный руководитель: Ушаков И.Е., д-р техн. наук, проф.
Санкт-Петербургский горный университет, г. Санкт-Петербург, Россия*

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ИСПЫТАТЕЛЬНОЙ ЛАБОРАТОРИИ ПРИ ПОДГОТОВКЕ К АККРЕДИТАЦИИ

Наличие системы менеджмента качества (СМК) является важной составляющей деятельности предприятия. В организациях часто принимают решение о создании испытательной лаборатории. Лаборатория - орган, который осуществляет испытания; калибровку; отбор образцов. Если лаборатория осуществляет испытания для целей обязательного подтверждения соответствия, то она должна быть аккредитована в обязательном порядке в Росаккредитации в национальной системе аккредитации. В остальных случаях лаборатория может быть аккредитована в добровольном порядке.

В работе проводится анализ требований стандарта ГОСТ ИСО/МЭК 17025-2019 «Общие требования к компетентности испытательных и калибровочных лабораторий», его сравнение с ГОСТ Р ИСО 9001-2015 «Системы менеджмента качества. Требования»; рассмотрена роль СМК в аккредитации [1-2].

Целью работы является рассмотрение основных особенностей организации и внедрения систем менеджмента качества в испытательных лабораториях, опираясь на литературные источники и стандарты.

Задача актуализация и совершенствования СМК лаборатории актуальна, так как требуется постоянно проводить работы по улучшению менеджмента качества в соответствии с требованиями стандартов.

Степень удовлетворенности потребителей качеством услуг, предоставляемых испытательной лабораторией, заключается в получении достоверных результатов измерений. Максимальную достоверность предоставляют лаборатории, в которых функционирует СМК, соответствующая требованиям ГОСТ ИСО/МЭК 17025–2019 и/или ГОСТ Р ИСО 9001–2015 [3].

Наличие системы менеджмента качества испытательной лаборатории является обязательным для получения аккредитации.

Стандартами, связанными с менеджментом качества испытательной лаборатории, являются ГОСТ ИСО/МЭК 17025–2019 и ГОСТ Р ИСО 9001–2015. Стандарты дополняют друг друга [4].

Лаборатории логично разрабатывать документы в области СМК в соответствии со стандартом ГОСТ ИСО/МЭК 17025, а не ИСО 9001, чтобы учесть все пункты, связанные с деятельностью лаборатории, а также включить все требования к компетенциям лаборатории и СМК. Формулировка требований к СМК в ГОСТ ИСО/МЭК 17025 более конкретна и дана применительно к лаборатории. [4]. В приказе Минэкономразвития РФ от 26 октября 2020 года № 707 установлено, что лаборатория должна соответствовать требованиям ГОСТ ИСО/МЭК 17025 [5]. Согласно ГОСТ ИСО/МЭК 17025 СМК лаборатории, удовлетворяющая требованиям стандарта, также будет функционировать в соответствии с принципами ИСО 9001 [1].

Общие требования к компетентности согласно ГОСТ ИСО/МЭК 17025 приведены на (рисунке 1).



Рис. 1 Требования к компетентности испытательных и калибровочных лабораторий

При создании СМК разрабатываются карты процессов, которые охватывают все процессы, входящие в область действия системы менеджмента.

В пункте 7 ИСО/МЭК 17025 устанавливаются требования к процессу, в стандарте определены основные процессы испытательной лаборатории. В ГОСТ Р ИСО 9001-2015 основным правилам разработки процессов посвящен пункт 4.4.1, в нём указано, что для поддержания и постоянного улучшения системы менеджмента, должны быть определены процессы, их применение и взаимодействие [3].

В пункте 8 ГОСТ ИСО/МЭК 17025-2019 содержатся требования к системе менеджмента испытательной лаборатории. Согласно этому пункту лаборатория должна внедрить систему менеджмента качества варианта А или В.

В соответствии с вариантом А система менеджмента испытательной лаборатории, как должна включать в себя минимальные пункты, которые приведены и подробно расписаны в пунктах 8.2 – 8.9 ГОСТ ИСО/МЭК 17025.

Вариант В относится к лаборатории, которая внедрила СМК в соответствии с требованиями ИСО 9001, способной подтвердить постоянное соответствие требованиям разделов 4-7, а также соблюдающей требования, содержащиеся в пунктах 8.2 - 8.9 [1].

К документам СМК лаборатории относятся политика и цели, процессы, системы, записи, относящиеся к выполнению требований ГОСТ ИСО/МЭК 17025. В последней версии стандарта отсутствуют обязательные требования к наличию Руководства по качеству.

При создании системы менеджмента качества лаборатории разрабатываются карты процессов. Для того чтобы заказчик получил беспристрастный и компетентный результат необходимо применить процессный подход и риск-ориентированный подход. Система менеджмента идеально разработана с учётом риск-ориентированного подхода. Лаборатория должна предпринимать действия по управлению рисками. Процессный подход базируется на риск-ориентированном подходе.

Таким образом, лаборатории должны включать описание действий по управлению рисками в своей системе менеджмента. Для обеспечения достоверного результата измерений необходимо применить процессный подход и риск-ориентированный подход. Также требуется постоянно проводить работу по улучшению функционирования процессов системы менеджмента и постоянно проводить работы по актуализации менеджмента качества лаборатории в соответствии с требованиями стандартов. Проанализировав стандарты ГОСТ Р ИСО 9001 и ИСО/МЭК 17025 в части СМК можно сделать вывод, что они дополняют друг друга. Важно помнить, что для аккредитации необходимо следить, что результаты, получаемые в ходе измерений, являются достоверными в соответствии с нормативными требованиями. В конечном итоге заказчик должен получить компетентный и беспристрастный, технически обоснованный результат измерений. Для получения аккредитации обязательным условием является наличие у лаборатории документов в области качества.

Так, в работе были рассмотрены методы управления качеством лаборатории, процессный подход, риск-ориентированный подход и проведён сопоставительный анализ, а также анализ некоторых из стандартов в области аккредитации и менеджмента качества лаборатории.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. ГОСТ ISO/IEC 17025–2019. Общие требования к компетентности испытательных и калибровочных лабораторий. Введ. впервые 01.09.2019. М.: Стандартиформ, 2019. 55 с.
2. ГОСТ Р ИСО 9001–2015. Системы менеджмента качества. Требования. Введ. впервые 01.11.2015. М.: Стандартиформ, 2015. 32 с.
3. Горлачева, Т. Н. Совершенствование системы менеджмента качества испытательной лаборатории / Т. Н. Горлачева // Проблемы сертификации, управления качеством и документационного обеспечения управления: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции, Красноярск, 13 марта 2020 года. – Красноярск: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева", 2020. – С. 34-38. – EDN WRDZFS.
4. Селезнева, В. А. Подготовка испытательного центра к аккредитации с учетом требований ГОСТ ISO/IEC 17025 - 2019 / В. А. Селезнева // Лучшая студенческая статья 2022: Сборник статей XLI Международного научно-исследовательского конкурса, Пенза.
5. Приказ Министерства экономического развития РФ от 26 октября 2020 года № 707 «Об утверждении критериев аккредитации и перечня документов, подтверждающих соответствие заявителя, аккредитованного лица критериям аккредитации».

УДК 65.012

Климанова С.С., Нарижный А.В.

Научный руководитель: Бессмертный В.С., д-р техн. наук, проф.

Белгородский государственный технологический университет

им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия

ПРИНЦИП ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Организации различных видов деятельности, вновь созданные и существующие продолжительное время, в условиях рыночной конкуренции для укрепления своих позиций и увеличения рынка сбыта стремятся предоставлять потребителю продукт наивысшего качества.

В этих целях применяют различные концепции, методы и инструменты. Но при этом деятельность любой эффективной организации строится на процессах.

Внедрение в бизнес-процессы организации требований различных систем менеджмента и применение при этом процессного подхода обеспечивает в полной мере функционирование организации как интегрированной и целостной системы. Таким образом, применение процессного подхода в управлении бизнес-процессами в итоге ведет к применению системного подхода в управлении организацией. Но для этого высшее руководство организации должно принимать и внедрять методы процессного подхода, а с этой целью понимать сущность процессного управления, и как при этом должны управляться процессы, и, что немаловажно, почему такой подход эффективен. [1, 2]

Для обеспечения удовлетворенности потребителей посредством предоставления продукта (продукции, услуги) соответствующего уровня качества организации внедряют и поддерживают на должном уровне систему менеджмента качества (СМК) с учетом требований стандартов ИСО серии 9000.

Должный результат оказывает применение приведенных в этих стандартах принципов менеджмента качества: ориентация на потребителей, лидерство, взаимодействие работников (вовлечение работников), процессный подход, улучшение, принятие решений, основанное на свидетельствах (фактах), менеджмент взаимоотношений (взаимовыгодные отношения с поставщиками).

И главным в создании СМК, пожалуй, можно выделить принцип процессного подхода.

В стандарте ГОСТ Р ИСО 9000–2015 приведена следующая формулировка принципа процессного подхода: "последовательные и прогнозируемые результаты достигаются более эффективно и результативно, когда деятельность осознается и управляется как взаимосвязанные процессы, которые функционируют как согласованная система".

Т. е. желаемый результат достигается эффективнее, когда деятельностью управляют как процессом. [3 – 5]

Стоит акцентировать внимание на том, что по своей сути подход к управлению – это не что иное, как распределение ответственности. В практике российских организаций до недавнего времени преимущественно применялся функциональный подход, где распределение ответственности осуществлялось через выполняемые функции (сотрудниками, отделами). Относительно недавно стал применяться проектный подход, подразумевающий формирование

команды (из различных специалистов) для выполнения отдельного проекта. [6]

Процессный же подход предполагает систематическое определение процессов, управление ими и их взаимодействие таким образом, чтобы получаемые результаты соответствовали плановым показателям в обеспечение качества продукции, установленным целям, а также подтверждали выбранное стратегическое направление и политику системы менеджмента организации.

Процессный подход меняет понимание структуры организации, но не требует ее кардинального изменения. Данный подход применяется с целью создания горизонтальных связей в организации. Если применение функционального подхода подразумевает работу и контроль результатов деятельности подразделений организации, то процессный нацелен на выполнение выделенных процессов и сконцентрирован на работе организации в целом.

Применение принципа процессного подхода предполагает определение и описание процессов организации, что зачастую не так просто сделать. Для этого необходимо понимать, что же такое процесс. Стандарт ГОСТ Р ИСО 9000-2015 определяет процесс как деятельность, использующую входы (самых разнообразных видов) для получения результата, причем именно намеченного или запланированного, или предполагаемого. При этом деятельность может быть в виде определенной операции или процесса, а может включать несколько видов деятельности, но обязательно взаимосвязанных и (или) взаимодействующих между собой.

Для описания процесса необходимо также рассмотреть его элементы, которыми являются: вход (материалы, документация, персонал и др.), выход (продукция, услуга, информация и др.), ресурсы (персонал, инфраструктура, окружающая и производственная среда, документация, информация и др.), владелец процесса, потребители и поставщики, показатели процесса (в т. ч. его результативности и эффективности). Планирование и организацию работ в рамках процесса, информирование участников процесса осуществляет его владелец. За результат также отвечает владелец процесса.

Процессы могут добавлять ценность, а могут только стоимость продукту. Для добавления ценности процессы должны осуществляться в управляемых условиях. [1, 3, 6 – 8]

Исходя из принципа добавления ценности их можно сгруппировать и представить в виде процессов: управления (персоналом, инновациями, качеством и др.), основных (результатом

которых является создание, сбыт и (или) техническое обслуживание продукта) и вспомогательных (обеспечения, поддержки). [9]

Несмотря на то, что организации применяют в своей деятельности стандарты ИСО серии 9000 для подтверждения соответствия функционирующей СМК, достоверно сказать, что они же применяют процессный подход, нельзя. Очень часто при выполнении требований этих стандартов в организации, тем не менее, продолжает применяться функциональный подход в управлении.

Можно выделить некоторые преимущества применения процессного подхода (являющиеся общими для организаций разных размеров и абсолютно различных видов деятельности), такие как:

1. сосредоточение внимания на наиболее важных процессах (обычно, связанных непосредственно с основной деятельностью организации) и на их результатах;

2. лучшее понимание структуры и функционирования независимых процессов для их дальнейшего определения, описания и интеграции;

3. оптимизация деятельности организации посредством планирования, применения, мониторинга и улучшения процессов, а также осуществление на этой основе менеджмента системы как единого целого;

4. эффективное управление ресурсами и снижение затрат;

5. улучшения в части документирования деятельности и результатов;

6. получение желаемых результатов в достижении целей и реализации политики;

7. наличие отработанного механизма для внедрения других систем менеджмента. [2, 3]

Указанные преимущества, в конечном счете, ведут к повышению степени удовлетворенности потребителей и доверию к организации, что способствует выстраиванию длительных взаимоотношений с потребителями и поставщиками и расширению рынков сбыта, оказывают положительный эффект в части быстроты реакции на внешние изменения.

Следует также отметить, что системы менеджмента современного бизнеса широко применяют информационные технологии как инструменты для создания бизнес-процессов. Таким примером является комплексная система планирования и управления ресурсами организации ERP (Enterprise Resource Planning), представляющая собой программный продукт. Наиболее распространенными являются такие программы как SAP ERP и продукты компании "1С". [7]

Программное обеспечение ERP предназначено для учета нескольких направлений деятельности организации: финансов, материальных, трудовых ресурсов, взаимодействия с партнерами и др. Такая программа позволяет получить быстрый доступ к необходимой и уже структурированной информации персоналу организации, что ускоряет выполнение задач, и высшему руководству организации для принятия эффективных решений.

Механизм управления процессами и системой как единым целым с использованием при этом цикла "планируй – делай – проверяй – действуй" (PDCA Уильяма Э. Деминга и У. Шухарта) и применением концепции риск-ориентированного мышления (подразумевающей предотвращение появления опасностей, рисков, их последствий, и использование возможностей для повышения результативности системы менеджмента) играет ключевую роль в постоянном улучшении работы организации на систематической основе. [4, 9]

Применение в управлении организацией, среди прочего, концепции процессного подхода положительно сказывается на результативности системы менеджмента качества и, следовательно, способствует повышению качества выпускаемого продукта.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бизнес-процессы. Моделирование, внедрение, управление / Владимир Репин. Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
2. ISO/TC 176/SC 2/N1289. The process approach in ISO 9001:2015 / International Organization for Standardization. Geneva, Switzerland, 2015. [7] с.
3. ГОСТ Р ИСО 9000–2015. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь: национальный стандарт Российской Федерации / подготовлен Открытым акционерным обществом "Всероссийский научно-исследовательский институт сертификации" (ОАО "ВНИИС"). Москва: Стандартинформ, 2015. IV, 48, [1] с.
4. ГОСТ Р ИСО 9001–2015. Системы менеджмента качества. Требования: национальный стандарт Российской Федерации / подготовлен Открытым акционерным обществом "Всероссийский научно-исследовательский институт сертификации" (ОАО "ВНИИС"). Москва: Стандартинформ, 2015. VIII, 23, [1] с.
5. Степанов А.М. Основы обеспечения качества: учебное пособие. Белгород: изд-во БГТУ, 2017. 84 с.
6. Зайцева А.Е., Новиков Н.А., Федорова М.В. Процессный подход как принцип системы менеджмента качества // Молодой ученый:

международный научный журнал. Казань: ООО "Издательство "Молодой ученый", 2017. № 2 (136). Ч.4. С. 417–419.

7. Репин В.В., Елиферов В.Г. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов. Москва: РИА "Стандарты и качество", 2004. [400] с.

8. Р 50-601-46-2004. Рекомендации. Методика менеджмента процессов в системе качества / ФГУП Всероссийский научно-исследовательский институт сертификации (ВНИИС) Госстандарта России. Москва, 2004. [66] с.

9. Афанасьев А.А. Основы системы качества: учебное пособие. Белгород: Изд-во БГТУ, 2016. 243 с.

УДК 331.101.3:658

Коваленко А.Ю.

*Научный руководитель: Савицкая И.М., канд. экон. наук, доц.
Майкопский государственный технический университет, г. Майкоп, Россия*

МОТИВАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ В УПРАВЛЕНИИ

Характерной чертой современного менеджмента является развитие новых форм и методов управления персоналом. Для более эффективного результата деятельности предприятия необходимо, чтобы сотрудники проявляли заинтересованность к выполняемой работе и изъявляли желание совершенствовать свои профессиональные навыки.

По результатам исследований в области менеджмента было выявлено, что эффективность работы мотивированного сотрудника может быть увеличена на 40%. Движущим фактором в этом случае выступает хорошо продуманная система стимулирования и мотивации сотрудника.

Мотивация – внутреннее стремление человека к деятельности, ориентированной на достижение конкретной цели. Она задаёт вектор движения человека, определяет границы деятельности и является естественным побудителем человека к достижению поставленной цели. Как процесс, мотивация имеет составные элементы: потребность, мотив, цель.

Потребность – чувство нужды в чём-либо (материальном или духовном). Благодаря потребностям человек становится целеустремлённым.

Мотив – побуждение человека к деятельности.

Цель – конечный результат, на который направлена деятельность человека.

Для достижения поставленных целей и возникновения мотивации у сотрудника, требуется стимул.

Стимулирование – средство воздействия на сотрудника, для активизации его функционирования. Искусственный побудитель к действию.

Из выше приведённых определений следует вывод о том, что стимулирование не помогает достичь конкретную цель, а лишь является средством её достижения. В то время как мотивация есть не что иное, как стремление, отражающие конкретное желание. Например, для школьника стимулом является оценка, которую он получает за выполненную домашнюю работу, а желание выучить что-то новое или углубить уже имеющиеся знания – это мотивация.

Для большинства сотрудников стимулом к работе является заработная плата, премии, надбавки. Всё перечисленное не вызывает у работника интереса к достижению целей организации, он не замотивирован в том, чтобы повысит рейтинг своей компании и принести как можно больше прибыли, тем самым эффективность его труда снижается, а за тем следует недовольство руководства. Для устранения такого рода проблем необходимо совмещать материальное и моральное стимулирование. Труд человека можно купить, а его интерес и желание к работе вырабатываются моральным поощрением.

Вывод – на эффективность работы сотрудников должна влиять мотивация, а не стимулирование.

Для подтверждения выводов был проведён опрос среди сотрудников образовательной сферы.

Таблица 1

Наиболее значимые факторы стимулирования	Процент опрошенных
Материальные факторы	80%
Моральные факторы	20%

Таблица 2

Значимые способы поощрения	Процент опрошенных
Материальное вознаграждение, повышение в должности, получение дополнительных льгот	60%
Одобрение со стороны руководства, коллег, окружающих и возможность повышения квалификации	40%

В результате проведённого мной исследования было выяснено, что для большинства сотрудников всё же важны материальные способы стимулирования. То есть внутренняя мотивация как таковая отсутствует.

Но в то же время 40% опрошенных заявили, что моральные способы поощрения являются для них важными.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в современном мире руководство должно уделять больше внимания нематериальным способом поощрения, для того чтобы у сотрудников выработывалось внутреннее стремление к работе, к достижению своих собственных целей и целей организации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ильина, к. В. Мотивация труда персонала на предприятии / к. В. Ильина, в. А. Кудрявцева. — текст: непосредственный // молодой ученый. — 2019. — № 24 (262).

2. Кузнецова, и. Н. Мотивация персонала / и. Н. Кузнецова. — текст: непосредственный // молодой ученый. — 2018. — №21(207). — с.258-259.

УДК 666.94:621.926

Луценко В.Р.

***Научный руководитель: Савицкая И.М., канд. экон. наук, доц.
Майкопский государственный технологический университет,
г. Майкоп, Россия***

МЕНЕДЖМЕНТ В ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНАХ РОССИИ

Формирование новоиспеченной среды в сфере внешнеэкономической и таможенной деятельности существенно актуализирует темы увеличения эффективности таможенного администрирования, требует инновационных слаженных выводов в формировании Единого экономического пространства, в строительстве ФТС России, Таможенного союза. Все это обуславливает нарастающее возрастание роли управления в решении вопросов развития таможенного дела, в организации и повышении результативности повседневной деятельности таможенных администраций.

Действующей проблемой становится использование государственных подходов к управлению в таможенных органах,

создание ориентированных для достижения фискальных целей систем информационно-аналитической и методичной помощи руководителей в течении принятия решений, получения правдивой информации об итогах деятельности таможенных подразделений и использования данных в целях улучшения таможенного управления.



Рис. 1

В целом трудности формирования концепции управления таможенным делом носят единый характер и охватывают ее уровни, свойственные для специальных теорий. Это проблемы мировоззренческого характера, задачи поиска соответственных моделей и методов, создания и модернизации технологий и систем управления таможенными органами.

Особенно актуальные вопросы в управлении таможенными органами следующие:

- установление базовой идеи таможенного дела через интеграции идей таможенного администрирования, таможенной логистики и таможенных услуг;
- формирование абстрактной модели управления таможенными органами на основе классических модификаций управления таможенных услуг;
- выработка согласованной и сбалансированной системы целей деятельности, критериев и показателей оценки результативности деятельности таможенных органов;

Они определяют в своих работах необходимость улучшения таможенного администрирования и обосновывают имплементацию интернационального опыта в отечественную таможню. Но вопрос учета

особенно таможенного менеджмента как составной налоговой системы не нашли соответственного отображения в современных публикациях. Одновременно с этим назрела неувязка системного и целостного расклада к исследованию национальных особенностей, свойственных управлению таможенным делом в стране.

Целью данной статьи является изучение теоретических баз таможенного менеджмента (управления) и установление его значимости в налоговом процессе, а также установление национальных спецификаций системы и реализации управления таможенным делом в ходе развития.

Перед тем, как приступить к изучению таможенного менеджмента, нужно чётко знать и разделять, что такое таможенная система и что она включает в себя. Если обобщить все определения, то таможенную систему можно определить, как целостный комплекс взаимодействий с внешней средой.

Нынешний этап формирования всемирной экономики и международных отношений, ход рыночной модификации государственных экономик, вступление многих стран в систему популярных хозяйственных связей обуславливают потребность развития налаженности таможенного управления с учетом национальных специфик каждой страны. Международный опыт свидетельствует, что таможенное управление в рыночной экономике представляется эффективным методом введения в национальную практику международных стандартов, значительным фактором стабильности общего производства, непрерывности и бесперебойности воспроизводственного процесса, одним из главных источников привлечения чужестранного инвестиционного капитала в государственную экономику.

Особенно актуальна тема выработки и дальнейшего развития регулирования и управления таможенной деятельностью с целью создания целого таможенного места для европейских стран, где случаются кардинальные изменения в экономической системе. К кардинальным изменениям можно отнести, как изменение в таможенном законодательстве различных стран, так и глобальные изменения в сфере политических и экономических взаимоотношений. Такие процессы мы наблюдаем в связи ситуаций в межгосударственных отношениях, по причине проведения специальной военной операции силами специальных ведомств Российской Федерации. Наложённые ограничения, в области ведения хозяйственной деятельности, подталкивают к вынужденным

изменениям во многих отраслях нашей страны и непосредственно отражается на деятельности таможенных органов России.

Управление таможенного дела связан, состоящих из приборов управления, функционирования и формирования таможенных институтов, организаций, технологий и таможенного персонала с целью продуктивного исполнения функций и предоставления национальных таможенных услуг.



Рис. 2

Таможенный менеджмент создавался и развивался изрядно медленно. В последние годы таможенная активность подлежала глубокому реформированию. Это связано с постоянно изменяющейся внешней средой и с развитием экономических взаимоотношений между странами. Так мы видим, что традиционные методы продажи товаров уступают место интернет-продажам, которые проходят через огромное количество интернет-площадок, созданных в самых различных и отдаленных от России странах. Это приводит к новому подходу в организации работы таможенных служб, контроле за оборотом товаров, реализованных в интернет пространстве, а также внедрении новых технологий в области специализированного документооборота.

Учитывая вышесказанное, можно отметить следующие этапы развития таможенного менеджмента:

– Первый этап — процесс становления и развития в сфере таможенного дела (пройденные стадии провозглашения государственного суверенитета и независимости экономических интересов государства).

– Второй этап - стойкое формирование системы организации и управления в составе Федеральной Таможенной службы (продолжением компании таможенного дела в стране стало развитие российской таможенной службы).

– Третий этап - модификация таможенного дела в Министерство финансов Российской Федерации.

– Четвертый этап - будущая интеграция таможенной и налоговой деятельности, то есть рассмотрение таможенных взглядов через призму налогообложения (перспективы модернизации и оптимизации работы таможенных органов, с учетом увеличения сборов и поступлений в бюджет страны).

Специальные запросы на современном этапе предъявляются к руководителям таможенных органов и их структурных подразделений, к оперативности и качеству их решений, к методической и инструментально-технологической основе управления. Существенно расширяется диапазон принимаемых решений: от строго регламентированных до инновационных заключений по развитию таможенных институтов, по взаимодействию и сотрудничеству с таможенными администрациями Таможенного союза, с мировым таможенным сообществом.

В целом, таможенное управление ориентировано на формирование у специалистов целого мышления в области управленческой деятельности с учётом своеобразия таможенной сферы. В нынешних условиях, когда страна находится под санкциями, таможенному менеджменту присущи многие проблемы, которые необходимо решать с учетом не только качественных параметров, но и временных критериев. То и есть оперативно и с максимальным экономическим результатом, но без утраты жёсткого контроля во всех областях деятельности службы. Многое будет зависеть от согласованных, быстрых и эффективных решений, которые обеспечивают эффективность работы управления. Таким образом, с применением государственных своеобразных инструментов управления, и реализуется таможенный менеджмент. Сегодняшние руководители обязаны знать: основы теории отраслевого управления, теорию государственного управления и менеджмента, должны быть теоретически подготовленными к управлению таможенными органами и таможенным персоналом с учётом специфики взаимодействия с органами государственной власти и участниками внешнеэкономической деятельности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бойнов А.В., Петрова Ю.О. Управление таможенными услугами в международной цепи поставок товаров// Наука и Мир. 2016.
2. Андреева Е.И. Значение классификации товаров в государственном регулировании внешнеэкономической деятельности // Вестник Российской таможенной академии 2016.

3. https://bstudy.net/957492/ekonomika/tamozhennyu_menedzhment_teoriya_upravleniya_tamozhennym_delom_bazovye_ponyatiya_opredeleniya

УДК 65.011.56

Лучин Д.А, Буч Е.Г.

Научный руководитель: Тимофеева А.А., канд. экон. наук, доц.
*Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
г. Санкт-Петербург, Россия*

АВТОМАТИЗАЦИЯ ИНСТРУМЕНТА ХРОНОМЕТРАЖА РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МАШИННОГО ЗРЕНИЯ

Хронометраж рабочего времени (также известен как фотография рабочего дня, фотографирование рабочего дня, хронометраж оборудования, ФРД) – давно известный и популярный инструмент менеджмента качества, используемый во многих странах, в том числе в Российской Федерации. Особенно популярно проведение хронометража на промышленных предприятиях – для корректировки норм, стандартов производства, для поиска и устранения потерь производства (например, по концепции бережливого производства – «lean production»). Сам инструмент фотографирования рабочего времени представляет из себя процесс «фотографирования» всех временных затрат исследуемого сотрудника в течение рабочего дня (рабочей смены, реже – определенного промежутка времени смены), то есть – фиксация всех выполняемых работником операций с указанием времени начала и времени окончания этих операций. После сбора информации (чаще всего создаются и заполняются таблицы с использованием программного обеспечения «Microsoft Excel», но встречается и ручная запись на бумаге), необходимо структурировать все проведенные операции по группам операций, а затем провести анализ – выявить операции, создающие ценность, операции необходимые, но ценность не создающие, и непосредственно потери. Далее результаты анализа передаются в соответствующие инстанции для потенциального дальнейшего анализа, а также использования полученных данных для осуществления каких-либо изменений в работе предприятия, в должностных обязанностях, в технологиях производства и производственных процессов [1...4].

В 2020–2022 гг. мир затронула эпидемия коронавируса, изменившая привычные устои и уклады в том числе и промышленных предприятий – например, появилось обязательное ношение средств индивидуальной защиты (СИЗ) на производстве, соблюдение социальной дистанции, постоянный контроль состояния здоровья сотрудников в виде обязательного измерения температуры перед рабочими сменами, и другие. Для контроля ношения СИЗ и соблюдения дистанции многие промышленные предприятия использовали и используют камеры видеонаблюдения. Некоторым компаниям пришлось закупать их дополнительно под данные нужды, некоторые использовали уже имевшиеся для другого ряда задач камеры. По итогу исполнения мер по борьбе с распространением коронавируса практически все промышленные предприятия Российской Федерации получили в свои активы системы видеонаблюдения. Этот факт и можно использовать для дополнительной пользы – а именно автоматизации хронометража рабочего времени сотрудников.

В рамках прохождения четвертой промышленной революции («Индустрия 4.0») компании и предприятия разных отраслей, в том числе – сферы промышленности – отходят от ручного труда в угоду его замещения и использования современными цифровыми технологиями. Автоматизации и цифровизации подлежат, по возможности, все ручные операции, сильно зависящие от человеческого фактора. Так как к 2022 году на различных заводах промышленного сектора все еще остается большое количество ручного труда, многие ведущие промышленные предприятия России, например АО «Силовые машины», рассматривают процессы перехода к цифровым технологиям как один из ключевых факторов успеха на постоянно меняющемся современном рынке. Таким образом, компании рассматривают возможности автоматизации всех привычных инструментов производства и анализа производства [5...7].

Хронометраж рабочего времени относится к слабо автоматизированным инструментам менеджмента качества. Это наглядно видно в (таблице 1).

Таблица 1 – Степень автоматизации инструмента ФРД

Этап проведения исследования в рамках ФРД	Вид труда
Сбор информации о действиях изучаемого сотрудника	Ручной труд
Систематизация полученных данных	Ручной труд
Анализ полученных данных	Ручной труд

Формулирование выводов и предложений решений на базе полученных результатов	Ручной труд
---	-------------

Безусловно, на стадиях систематизации и анализа используется программное обеспечение, однако каких-либо готовых пакетов надстроек для «Microsoft Excel» для автоматической систематизации и дальнейшего анализа нет, поэтому эти этапы проведения хронометража рабочего времени также следует относить к ручному труду – то есть, необходимость автоматизации присутствует.

Как уже было сказано ранее, большинство промышленных предприятий уже оснащены системами видеонаблюдения. Для автоматизации хронометража рабочего времени потребуется внедрение машинного зрения. Машинное зрение – это сфера робототехники, которая занимается анализом изображения каких-либо технологических и производственных операций. Однако, конечно, для автоматизации инструмента хронометража рабочего времени с применением машинного зрения недостаточно будет только камер, также потребуются дополнительные действия и обеспечение. К необходимым дополнительным действиям стоит отнести: зонирование рабочих мест (если рабочие пространства большие, возможно, потребуется использование нескольких камер для одного станка), синхронизация видеоряда, получаемого с камер, с показаниями системы мониторинга оборудования (для соотнесения данных и более корректной работы алгоритма анализа). Также в систему мониторинга должны быть занесены все операции из технологической карты, причем в прямой последовательности – чтобы система анализа, искусственный интеллект, в дальнейшем мог сравнивать плановый и фактический порядок производства и выполненных операций [3]. Что касается необходимого оборудования и обеспечения для внедрения машинного зрения потребуются инструменты, представленные в таблице 2.

Таблица 2 – Оборудование и обеспечение для автоматизации ФРД

Оборудование/софт	Применение
Анализатор мобильности	Для анализа мобильности в рамках исследования, ключевой аспект анализа с использованием ИИ
Визуализатор данных	ПО, обеспечивающее представление собранных данных для анализа
Интеграция с системой мониторинга оборудования	Для анализа данных совместно с системой мониторинга

ПО для передачи данных	Узел MQTT, необходимый для передачи данных на удаленных локациях
ПО для баз данных	MSSQL или PGSQL – для работы с большими базами данных, собранными в процессе проведения ФРД
Сетевая IP камера	Камеры для рабочих мест для проведения фотографирования рабочего времени
Сервер настройки и конфигурации	Необходим для корректной работы системы IP-камер
Сервер приложения, обмена и хранения данных	Централизованный сервер для перечисленных операций с собранными данными

Таким образом, применение технологии машинного зрения является решением проблемы низкой автоматизации инструмента фотографирования рабочего времени. Какое-то время искусственному интеллекту потребуется для обучения анализа полезности действий, но затем, после исключения человеческого фактора из проведения исследования, точность получаемых значений повысится и выйдет на новый уровень, что и требуется в рамках четвертой промышленной революции.

Использование машинного зрения достаточно финансово затратно, поэтому каждое предприятие должно предварительно проанализировать целесообразность подобных вложений. Из ключевых преимуществ за использование подобного метода – с момента внедрения проведение хронометража рабочего времени примет непрерывное состояние, не предполагающее пауз и перерывов. Таким образом, данное решение также отлично подходит для компаний, использующих принципы постоянного совершенствования производства [5].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Bin Che Ani M.N., Abdul Hamid S.A.B. Analysis and reduction of the waste in the work process using time study analysis: A case study // Applied Mechanics and Materials. 2014. Vol. 660. Pp. 971-975.
2. Hadad Y., Keren B., Hanani M.Z. The number of measurements to be performed for time study analysis // European Journal of Industrial Engineering. 2014. Vol. 8. Pp. 222-243.
3. Lapesa Barrera D. Continuous Improvement Methodologies and Tools // Springer Series in Reliability Engineering. 2022. Pp. 317-330.

4. Ahmad R., Kamaruddin S. An overview of time-based and condition-based maintenance in industrial application // Computers and Industrial Engineering. 2012. Vol. Pp. 135-149.

5. Fattakhov Kh., Ismagilov R. Losses in digital economy: methods of identification, assessment, decrease // Organizer of Production. 2018. Vol. 26. Pp. 34-43.

6. Peças P., Encarnação J., Gambôa M., Sampayo M., Jorge D. Pdca 4.0: A new conceptual approach for continuous improvement in the industry 4.0 paradigm // Applied Sciences (Switzerland). 2021. Vol. 11. Pp. 16-17.

7. Rosin F., Forget P., Lamouri S., Pellerin R. Impacts of Industry 4.0 technologies on Lean principles // International Journal of Production Research. 2020. Vol. 58. Pp. 1644-1661.

УДК 658.516.1

Мамонова К.А.

*Научный руководитель: Савицкая И.М., канд. экон. наук, доц.
Майкопский государственный технологический университет,
г. Майкоп, Россия*

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Без эффективного использования трудового потенциала человеческих ресурсов эффективное управление бизнесом практически невозможно. В деятельности каждого предприятия особая роль отводится работникам, осуществляющим производственный процесс, т. е. служащим.

Главной особенностью сотрудников является то, что, помимо выполнения производственных функций, сотрудники предприятия являются активной частью производственного процесса. Они могут активно способствовать росту производства. Они могут нести ответственность за деятельность предприятия, на котором они работают. Маркетинговая деятельность в системе управления персоналом является комплекс взаимосвязанных этапов формирования и реализации тактических и стратегических планов маркетинга персонала. Значение маркетинга персонала можно определить как управленческую деятельность, направленную на выявление и удовлетворение потребностей в персонале. Целью этой управленческой деятельности является обеспечение эффективной и оптимальной

занятости, то есть наибольшего баланса между интересами работников и работодателей.

Маркетинг персонала – это деятельность, изучающая рынок труда с целью удовлетворения потребности организации в кадрах, выявляя ряд источников и способов удовлетворения этой потребности. Кадровый маркетинг – это условие роста человеческих ресурсов организации за счет внешних ресурсов.

Маркетинг персонала – это управленческая деятельность, направленная на выявление и удовлетворение потребности в персонале.

В последнее время в сотрудничестве с людьми доминирует предпринимательский рыночный подход, при котором труд, его условия и рабочее место рассматриваются как продукты сбыта. Западноевропейские компании используют маркетинговые методы в управлении персоналом с 1970-х гг. В существующих в зарубежных организациях методах определения состава и содержания задач маркетинга персонала следует различать два основных принципа.

Первый включает в себя задачу взглянуть на HR-маркетинг в более широком смысле. В данном случае кадровый маркетинг относится к определенной философии и стратегии управления персоналом. Люди (включая потенциальных людей) считаются внешними и внутренними клиентами организации.

Целью данного вида маркетинга является оптимизация использования человеческих ресурсов за счет создания максимально благоприятных условий труда, способствующих повышению эффективности, воспитания партнеров и лояльности к компании для каждого сотрудника. Фактически это «продажа» компании ее сотрудникам. Трактовка принципа маркетинга персонала в широком смысле основана на рыночном мышлении, которое отличается от традиционной административной концепции управления персоналом.

Предпосылка второго принципа состоит в том, чтобы объяснить HR-маркетинг в узком смысле как специфическую функцию отдела кадров. Целью этой функции является выявление и удовлетворение потребностей компаний в человеческих ресурсах.

Основные различия между вышеупомянутыми принципами декретирования маркетинговых задач персонала заключаются в следующем. Широкая интерпретация кадрового маркетинга означает, что Отдел кадров решает ряд задач (постановка целей, планирование спроса, оценка работы, управление карьерой, мотивация) и относится к одному из элементов кадровой политики организации. В узком смысле маркетинг персонала предполагает выделение определенных видов

деятельности Отдела кадров, относительно изолированного от других направлений работы Отдела кадров.

Задача маркетинга персонала состоит в том, чтобы контролировать ситуацию на рынке труда, чтобы эффективно удовлетворять спрос на персонал и тем самым достигать целей организации.

Маркетинг персонала представляет собой ряд взаимосвязанных этапов обучения и реализации планов маркетинга персонала.

Общая методология маркетинга персонала базируется на основных положениях теории «производственного» маркетинга.

Многие российские организации, используя кадровый маркетинг, ссылаются лишь на предыдущие работы потенциальных работников на данную должность, т.е. на внешние маркетинг, а не используют собственных работников в качестве объектов кадровой маркетинговой деятельности. По сути, рынок кадров активен в любой организации в любое время.

Информационная функция персонального маркетинга - создание информационной базы, обеспечивающей основу планирования целевых групп в сегменте рынка, а также коммуникаций. Он может быть разделен на следующие дополнительные функции: изучение требований к работе и должностям; исследование трудового рынка; изучение имиджа организаций как работодателя; изучение имиджа организаций как работодателей.

В рамках представленных функций кадровый маркетинг позволяет собрать информационную базу кадрового планирования. Кадровый маркетинг изучает информацию о должностях сотрудников и требованиях к должности на рынке труда, исследует внешнюю и внутреннюю среду организации, а также изучает рынок труда и имидж компании как работодателя.

Информационная функция маркетинга талантов включает в себя изучение требований кандидатов на вакансии по специальностям, должностям и должностям. Требования включают в себя несколько параметров: навыки, знания, умения, опыт работы, личностные характеристики профессионалов, психофизиологические характеристики, мотивацию, личностную направленность, круг интересов, ценности. Информационная функция кадрового маркетинга позволяет выявлять возможные кадровые проблемы и своевременно принимать превентивные меры.

Функция аналитического анализа в управлении персоналом обрабатывает все обнаруженные данные и подготавливает полученные данные для того, чтобы разработать необходимые планы по улучшению

конкуренции в своей работе. В анализе данных используются специальные методы маркетинга.

Коммуникационная функция устанавливает контакты с большой частью рынка труда для полного удовлетворения кадровых потребностей компании. Устанавливается связь с внешним рынком труда и с работниками организации. Сотрудничать с образовательными центрами и учреждениями через службу занятости и агентства по трудоустройству, а также с помощью агентств по трудоустройству, налаживать коммуникативные связи через своих сотрудников, через СМИ, взаимодействие с другими работодателями, работу и т.п.

Особое внимание следует уделить мерам, направленным на установление связи между персоналом предприятия. Основными здесь являются развитие и популяризация корпоративной культуры, выработка организационного стиля управления, встречи и конференции с сотрудниками, деловые мероприятия в нерабочее время, развитие сотрудников, издание журналов или газет в организации и др. Для удовлетворения потребностей работников у руководителя предприятия необходимо установить связь между ними не только в производственном процессе, но и в нерабочее время.

Методы кадрового маркетинга являются синтезом маркетинговых и управленческих методов. Основным отличием маркетинга талантов от классического метода планирования таланта, принятого нашей страной, является то, что маркетинг одаренности точно относится к рынку труда как к рынку, т.е. к сфере, работающей по рынку. Это повышает конкурентоспособность предприятия.

Требования рабочего персонала формируются при определении потребностей организации на человеческие ресурсы. Определение потребностей персонала должно начинаться с последовательного разработки нескольких документов, которые должны быть приняты в соответствии с требованиями персонала. У них появится возможность выражения своих потребностей в таких категориях качества, как специальность, профессия, должность и состав труда в структурном отношении и содержание работы на каждом предприятии.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Менеджмент персонала: учебное пособие/ Б.Н. Герасимов. / Герасимов, Н. Б, Чумак [и др.]. — Ростов на Дону: Феникс, 2010.
2. Железцо, А. В. Маркетинг персонала. Оценка трудовой деятельности / А. В. Железцо. — 2. — 2011.

3. Коул Д. Управление персоналом в современных организациях/ Д. Коулд. – М.: Вершина, 2009.
4. Управление персоналом. /Под ред. Базарова Т.Ю. – М., 2010.

УДК 006.072.025

Муленко И.Г., Рябко В.В., Пучка Е.О.

*Научный руководитель: Пучка О.В., д-р техн. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

СБЛИЖЕНИЕ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ НОРМАТИВНОЙ БАЗЫ В ОБЛАСТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЕДИНСТВА ИЗМЕРЕНИЙ, КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

С 2016 по 2021 годы в Российской Федерации произошли большие изменения нормативно-правовой базы в области обеспечения единства измерений. В связи с этим возник целый кластер дискуссионных вопросов в области прикладной и законодательной метрологии. Актуальность данной темы определяется возникшими проблемами со стороны аккредитованных на право поверки (калибровки) средств измерений организаций при трактовке нормативно-правовых актов, в которых выявлены коллизии, разночтения, не четкие формулирования понятий и определений в области обеспечения единства измерений, которые применяются на территории РФ.

Данная статья посвящена основным проблемам теоретического и практического направления, возникшим в связи с толкованием актуального на сегодняшний день законодательства в области обеспечения единства измерений.

Для достижения поставленной цели необходимо установить отличия между основными терминами и определениями, используемыми в области обеспечения единства измерений в международных нормативно-правовых актах (применяемых на территории РФ) и собственными нормативно-правовыми актами РФ. Анализ проводился между тремя нормативно-правовыми актами, обязывающими или рекомендующими применять эти термины и определения на территории РФ, а именно: Федеральный закон «Об обеспечении единства измерений» от 26.06.2008 № 102-ФЗ (далее – ФЗ № 102 от 26.06.2008 г.); РМГ 29-2013. «Рекомендации по межгосударственной стандартизации. Государственная система обеспечения единства измерений. Метрология. Основные термины и

определения» (введены в действие Приказом Росстандарта от 05.12.2013 N 2166-ст) (далее – РМГ 29-2013); ISO/IEC GUIDE 99:2007(E/R), Международный словарь по метрологии. Основные и общие понятия и соответствующие термины (VIM). Результаты анализа приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Трактовка терминов и определений в различных НД

№ п/п	Анализ различий и трудностей в толковании терминов определений в нормативных актах		
	ФЗ № 102 от 26.06.2008 г.	РМГ 29-2013	ISO/IEC GUIDE 99:2007(E/R)
В области поверки средств измерений			
1.	Средство измерений – техническое средство, предназначенное для измерений; порядок отнесения технических средств к средствам измерений устанавливается федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в области обеспечения единства измерений.	Средство измерений – техническое средство, предназначенное для измерений и имеющее нормированные (установленные) метрологические характеристики.	Средство измерений – устройство, используемое для выполнения измерений, в том числе в сочетании с одним или несколькими дополнительными устройствами. <i>Примечание 1:</i> Средство измерений, которое может использоваться отдельно, является измерительной системой. <i>Примечание 2:</i> Средство измерений может быть измерительным прибором или материальной мерой.
2.	Эталон единицы величины – техническое средство, предназначенное для воспроизведения, хранения и передачи единицы величины.	Эталон (единицы величины) – средство измерительной техники, предназначенное для воспроизведения,	Эталон единицы величины – техническое средство, предназначенное для воспроизведения, хранения и передачи единицы величины.

		хранения и передачи единицы величины или шкалы измерений.	
3.	-	Измерительная система – совокупность средств измерений и других средств измерительной техники, размещенных в разных точках объекта измерения, функционально объединенных с целью измерений одной или нескольких величин, свойственных этому объекту.	Измерительная система - набор из одного или более средств измерений, а часто и других устройств, включая реактивы и источники питания, собранный и приспособленный для получения информации об измеренных значениях величин в пределах установленных интервалов для величин указанного рода.
В области калибровки			
4.	Калибровка средств измерений – совокупность операций, выполняемых в целях определения действительных значений метрологических характеристик средств измерений.	Калибровка (средств измерений) – совокупность операций, устанавливающих соотношение между значением величины, полученным с помощью данного средства измерений и соответствующим значением величины, определенным с помощью эталона с целью определения метро-логических характеристик этого средства измерений.	Калибровка – операция, в ходе которой при заданных условиях на первом этапе устанавливают соотношение между значениями величин с неопределенностями измерений, которые обеспечивают эталоны, и соответствующими показаниями с присущими им неопределенностями, а на втором этапе на основе этой информации устанавливают соотношение, позволяющее

			получать результат измерения, исходя из показания. Примечание: часто только первый шаг (этап) в приведенном выше определении понимается как калибровка.
5.	Прослеживаемость – свойство эталона единицы величины, средства измерений или результата измерений, заключающаяся в документально подтвержденном установлении их связи с государственным первичным эталоном или национальным первичным эталоном иностранного государства соответствующей единицы величины посредством сличения эталонов единиц величин, поверки, калибровки средств измерений.	Метрологическая прослеживаемость – свойство результата измерения, в соответствии с которым результат может быть соотнесен с основной для сравнения через документированную непрерывную цепь калибровок, каждая из которых вносит вклад в неопределенность измерений.	Метрологическая прослеживаемость – свойство результата измерений, в соответствии с которым результат может быть соотнесен с опорной основы для сравнения через документированную непрерывную цепь калибровок, каждая из которых вносит вклад в неопределенность измерений

Из анализа таблицы можно сделать вывод, что:

- ISO/IEC GUIDE 99:2007(E/R) на сегодняшний день не принят на территории РФ, но в Политике Росаккредитации по прослеживаемости результатов измерений от 17.10.2016 г. ссылки на международный словарь по метрологии присутствуют, что приводит к разногласиям с ФЗ № 102 от 26.06.2008 г и РМГ 29-2013;

- определения «средство измерения», «стандартный образец», «эталон» в РМГ 29-2013 на сегодняшний день не актуальны: они описывают только частные случаи (*Пример: материальная мера не может быть техническим средством, предназначенным для*

измерений, то есть ею нельзя провести измерение без применения дополнительных технических средств. Таким образом, согласно РМГ 29-2013, материальная мера только воспроизводит и хранит единицу величины, что вступает в противоречие с определением средства измерений, приведенным в ФЗ № 102 от 26.06.2008 г.). Данные несоответствия определений устранены в ISO/IEC GUIDE 99:2007(E/R), но сложность ситуации в том, что в РФ соответствующий стандарт не введен в действие;

- трудно прийти к единому мнению по вопросам дефиниций понятий, используемых в официальных документах в области обеспечения единства измерений на территории РФ, разработки и соблюдения поверочных схем всех уровней;

- Постановление Правительства Российской Федерации от 23 сентября 2010 г. № 734 «Об эталонах единиц величин, используемых в сфере государственного регулирования обеспечения единства измерений» не дает четкого ответа на вопрос к чему относятся средства измерений, применяемые в качестве эталонов и стандартных образцов (к эталонам или средствам измерений). Решение данного вопроса необходимо для целей корреляции понятийного аппарата между нормативно-правовыми актами разной степени значимости (ФЗ № 102 от 26.06.2008 г и вышеуказанным Постановлением Правительства).

Таким образом, существует необходимость в структурировании нормативно-правовых актов в области обеспечения единства измерений на территории РФ, позволяющих однозначно определить прослеживаемость эталона (единицы величины), а также возможность оперировать четко зафиксированными понятиями и определениями, что позволит исключать ошибки во многих случаях: при прохождении процедуры подтверждения компетентности на права ведения деятельности в области обеспечения единства измерений; при выполнении операций по поверке (калибровке); проведении метрологической экспертизы нормативно-технической документации; при разработке нормативно-технической документации в области обеспечения единства измерений на всех уровнях и стадиях разработки

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Федеральный закон "Об обеспечении единства измерений" от 26.06.2008 № 102-ФЗ
2. Постановление правительства Российской Федерации от 23 сентября 2010 г. № 734 «Об эталонах единиц величин, используемых в

сфере государственного регулирования обеспечения единства измерений».

3. Приказ Министерства промышленности и торговли Российской Федерации от 11.02.2020 № 456 "Об утверждении требований к содержанию и построению государственных поверочных схем и локальных поверочных схем, в том числе к их разработке, утверждению и изменению".

4. «РМГ 29-2013. Рекомендации по межгосударственной стандартизации. Государственная система обеспечения единства измерений. Метрология. Основные термины и определения» (введены в действие Приказом Росстандарта от 05.12.2013 N 2166-ст).

5. Приказ Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 7 февраля 2018 г. N 256 "Об утверждении Государственной поверочной схемы для средств измерений массы и объема жидкости в потоке, объема жидкости и вместимости при статических измерениях, массового и объемного расходов жидкости".

6. Муленко И.Г., Пучка О.В. К вопросу об однозначности толкования основных терминов и определений в области обеспечения единства измерений // Сб. докл. X Междунар. науч.-техн. конф. «Качество в производственных и социально-экономических системах». ЮЗГУ. - 2022. С. 137-143

УДК 796.015.8:006

Новиков И.А.

Научный руководитель: Луценко О.В., доц
*Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

СПОРТИВНАЯ МЕТРОЛОГИЯ

Каждому из нас хоть раз в жизни приходилось иметь дело с измерениями. Измерения просто необходимы во множестве сфер, они являются одним из лучших способов познания мира и окружающей нас среды. Измерения дают самые точные характеристики жизненных процессов.

Если попытаться представить хоть одну техническую отрасль без какой-либо системы измерений, определяющей как все технологические процессы, так и свойства выпускаемой продукции, то ничего не выйдет. Соответственно, измерения чрезвычайно важны.

Велико их значение и в современном мире. Измерения служат не только основой научно-технических знаний, но и имеют первостепенное значение для учета материальных ресурсов, для торговли, для обеспечения достойного качества продукции. В век внедрения быстроразвивающейся электроники, автоматизации, атомной энергетики и космической отрасли, измерения не просто нужны, они необходимы для нашего мира [4].

В настоящее время под словом «измерение» представляют совокупность действий для установления значений физических величин с помощью специальных приборов и оборудования. Измерения являются ключевым методом изучения метрологии.

Метрология — дисциплина об измерениях, способах и средствах снабжения их единства и методах достижения запрашиваемой точности. Невозможно представить ни одну сферу деятельности человека, что могла бы существовать без метрологии. Не стала исключением и сфера спортивного развития, о которой и пойдет речь в моей научной работе. В настоящее время спортивная метрология развивается одновременно в двух направлениях: как учебная, и как научная дисциплина. Как и любое из современных течений науки в образовательной сфере физической культуры, спортивная метрология отвечает на два важных вопроса: как измерить процессы, случающиеся в спорте, и как их математически обработать [1].

Спортивная метрология — дисциплина об измерениях относительно физической культуры, воспитания и спорта. Такую метрологию нельзя представить, как отдельную науку, ее необходимо рассматривать как дополнение к общей метрологии. Главными вопросами этой дисциплины являются: разработка новых способов измерений, анализ имеющихся измерений для улучшенной подготовки спортсменов, оформление показаний данных спортсмена при получении разного рода нагрузок, а также прогнозирование результатов того или иного спортсмена. Как учебная дисциплина спортивная метрология имеет небольшие отличия с общей метрологией. В физическом воспитании и спорте измерению подлежат также некоторые физические величины, на вопросы единства и точности измерений которых концентрируют свое основное внимание специалисты метрологи [2]. Объектами спортивной метрологии как дополнение всеобщей метрологии являются измерения и контроль в спорте. Определение «измерение» в спортивной метрологии трактуется в самом широком значении и понимается как установление соотношения между исследуемыми явлениями и числами. В современной теории и практике спорта измерения повсюду

употребляются ради решения всевозможных проблем управления подготовки спортсменов. Эти задачи объединены с непосредственным исследованием педагогических и биомеханических параметров спортивного мастерства, диагностикой параметров спортивной работоспособности, учетом анатомо-морфологических параметров физиологического развития, контролем психического состояния. А поскольку основная метрология занимается еще и изучением привычных всем физических величин, ученых данной отрасли гораздо больше интересуют перечисленные выше нефизические величины. Методики получения и обработки таких показаний в базовой метрологии отсутствуют, в связи с чем были разработаны особые биометрические методы, комплексно показывающие компетентность человека, занимающегося физической культурой. Объектом изучения спортивной метрологии является комплексный контроль физического воспитания, который охватывает в себе наблюдение за количеством потребляемых нагрузок, техникой выполнения упражнений, характером поведения спортсмена на соревнованиях, а также применением его результатов в планировании будущей подготовки спортсменов.

Всерьез о достижениях в спорте возможно говорить только тогда, когда они надежно измерены. За теми цифрами, которые обычные люди наблюдают на соревнованиях, наблюдая за своими любимыми спортсменами, стоит невидимая работа, специалистов и профессионалов метрологов, проделывающих немалый, солидный труд для получения тех самых сотых, а иногда и тысячных долей в различных видах спорта. Казалось бы, на что могут повлиять столь маленькие числа, однако для спортсменов они значат чрезвычайно много, ведь эти самые миллиметры или доли секунды способны лишить спортсмена высоких наград. Следовательно, работа и труд спортивных метрологов в данной сфере безумно важны [3]. Действительно, этим должны заниматься настоящие профессионалы, это они играют роль своеобразной связки между тем, что делается в спорте и тем, что делается в мире метрологии. Поэтому в моей работе нельзя не упомянуть о таком метрологическом свойстве, как прослеживаемость, что характеризует отношение результатов измерений с признанным для них эталоном. На сегодняшний день в спорте это абсолютно важно.

К сожалению, в мире спорта не всегда встречаются добросовестные спортсмены, и некоторые из них для достижения своих желаемых результатов и целей прибегают к использованию различных стимуляторов. Это является серьезной глобальной проблемой, а спортивная метрология, как никто другой озадачена данной ситуацией. Международный комитет мер и весов (СІРМ) и его научно-технический

орган ВРМ деятельно сотрудничают со Всемирным антидопинговым агентством (WADA). Конечно же возникает очевидный вопрос: «Как эти организации между собой связаны?». Но проблема допинга настолько сильно охватила спортивный мир и все связанные с ним сферы, что решить ее возможно только с помощью совместных, коллективных усилий.

Таким образом, мы видим, что спортивная метрология является нестандартной для привычного нам понятия метрологии дисциплиной и занимается не только классическими измерениями физических величин, но и решает необходимые для организации тренировочных процессов вопросы, а также занимается крупными, всемирными проблемами, связанные с физической подготовкой, культурой и спортом.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бурдун Г.Д., Марков Б.Н. Основы метрологии. М.: Изд-во стандартов. 1991. 318с.

2. Н. Н. Трифонова, И. В. Еркомайшвили; Спортивная метрология: учеб. пособие М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федеральный ун-т. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. 112с.

3. М.Я. Марусина, В.Л. Ткалич, Е.А. Воронцов, Н.Д. Скалецкая. Основы метрологии, стандартизации и сертификации: учебное пособие—СПб.: СПбГУ ИТМО, 2009г. 164с.

4. Луценко О.В. Метрология и стандартизация. От измерений до робастных систем управления качеством: учебное пособие/ О.В. Луценко-Белгород: изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2020. 78с.

УДК 338.33

Орлова Т.И.

Научный руководитель: Винник А.Е., ст. преп.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия

АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА КОНСАЛТИНГА И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО РАЗВИТИЯ

Консалтинг представляет собой сферу бизнеса, оказывающую консультацию, помощь в решении проблем и достижении

поставленных целей. Основным видом консалтинга является управленческий – комплекс мероприятий, направленных на стабильное развитие компании в условиях кризиса. В России управленческий консалтинг появился в 1987 году, однако стал развиваться только с 1990-х годов при переходе к рыночной экономике. Так, консультирование возможно только тогда, когда процесс коммуникации и структурирования управленческого опыта достигает развитой стадии.

Управленческий консалтинг направлен на улучшение показателей деятельности, выявление и своевременное устранение факторов, препятствующих этому. Он характеризуется динамичным развитием и внедрением инноваций. В настоящее время существуют разные методы и подходы к консультированию, включающие в себя нетворкинг, закрытые базы знаний и подготовку междисциплинарных консультантов [1].

Четкой классификации деятельности по управленческому консультированию не существует. Различают общий, финансовый менеджмент, администрирование, управление кадрами, маркетинговый консалтинг, организацию производства, информационные технологии и специализированные консалтинговые услуги. В классификации, принятой в развитых странах, консалтинговая деятельность подразделяется по следующим признакам, наглядно представленным на (рисунке 1).

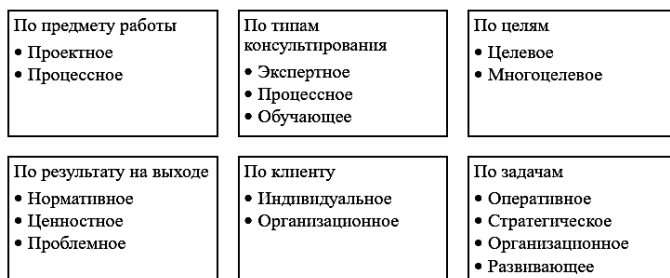


Рис. 1 Классификация консалтинговой деятельности [2]

Российский консалтинг появился относительно недавно, показав высокие темпы роста, поэтому в России на данный момент отсутствует законодательное определение этого вида деятельности, не выяснены его методологические, правовые и организационные аспекты. В последнее время наибольшей популярностью в России пользуется управленческий консалтинг в сфере IT и финансов, что наглядно отражает структура

продаж по различным направлениям консалтинга за 2021 год (рисунок 2).

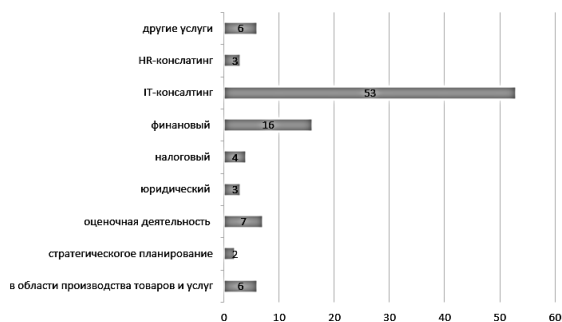


Рис. 2 Структура выручки российского рынка консалтинга в 2021 г., % [2]

Развитию консалтинга способствует внедрение инновационных технологий менеджмента, сопровождающееся ростом экспертов и консультантов. Дальнейшее развитие в России получил менеджмент-консалтинг – основной вид деятельности в сфере бизнес-инфраструктуры. Услугами консультантов пользуются организации всех форм и размеров, государство, которые обращаются к специалистам в области управленческого консалтинга с целью повышения эффективности своей деятельности.

Основными характеристиками консалтинговых услуг являются мобильность, дифференциация и индивидуальность, обновление информации и обучения, риск и неопределенность результата, а также конфиденциальность. В России консультанты в основном работают в крупных и средних консалтинговых фирмах, которые составляют не более 20 % от их общего числа, при этом наиболее активные консультанты выступают в качестве индивидуальных предпринимателей. Основные элементы структуры отечественного рынка консалтинга представлены на рис. 3.

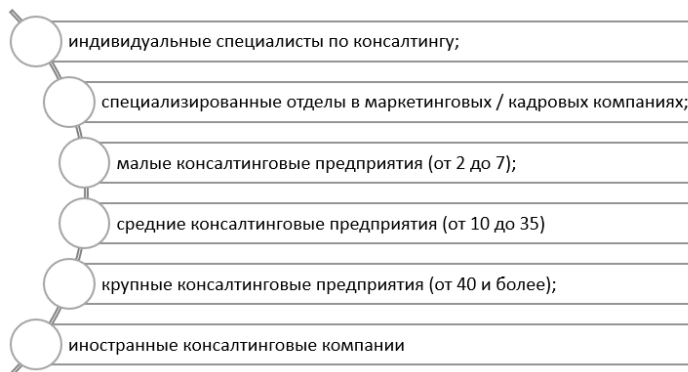


Рис. 3 Основные структурные элементы консалтингового рынка в РФ [3]

Российский консалтинговый рынок относительно молодой и прогрессивен, однако его развитие происходит неравномерно. Спрос на управленческое консультирование в России еще недостаточно развит. В (таблице 1) представлена оценка российских консалтинговых компаний по объему выручки за 2019-2021 гг., млн руб. [4].

Таблица 1 – Динамика выручки консалтинговых компаний в РФ за 2019-2021 гг., млн руб. [4]

Компания	Годы			Относительное отклонение, %	
	2019	2020	2021	2020 / 2019	2021 / 2020
Ланит	18,07	19,23	21,55	6,42	12,06
ЕУ	11,79	10,89	10,34	-7,63	-5,05
КРОК	10,05	9,86	10,17	-1,89	3,14
Юникон	9,53	8,46	8,4	-11,23	-0,71
Сбер Решения	8,54	7,34	6,94	-14,05	-5,45

На основании данных таблицы можно отметить, что в 2021 году по сравнению с 2019 годом наблюдается отрицательная динамика продаж консалтинговых услуг у многих российских компаний.

Несмотря на положительные стороны развития, управленческое консультирование в России имеет недостатки, среди которых можно выделить следующие:

1. Большинство консультантов не имеют специальной подготовки, что негативно сказывается на качестве предоставляемых услуг.

2. Пандемия COVID-19 изменила баланс между спросом и предложением и негативно повлияла на рынок консалтинговых услуг.

3. Нередки случаи, когда консультанты вводят клиентов в заблуждение, продавая стандартный пакет услуг, не учитывая специфику бизнеса клиента.

4. Консалтинговые организации не несут ответственности и не гарантируют эффективность своей деятельности.

5. Стереотип обращения к консультанту по управлению говорит о некомпетентности руководителя.

6. Не разработаны эффективные критерии оценки оплаты услуг консультантов по вопросам управления и учета их затрат.

7. Российский консалтинг относится к рынку с монополистическим типом конкуренции [5].

Все вышеперечисленные факторы способствуют снижению доверия клиентов и подрыву репутации управленческого консультирования как отрасли бизнеса.

Перспективными направлениями развития управленческого консалтинга являются:

- Создание нормативно-правовой базы, обеспечивающей правовую защиту.

- Разработка профессионального кодекса / устава, содержащего свод стандартов и правил деятельности.

- Улучшение университетского образования,

- Мотивация работы российских экспертов [5].

Таким образом, российский рынок консалтинга относительно молод и прогрессивен, его развитие неравномерно из-за зависимости спроса на подобные услуги и обращения к ним в условиях кризиса. В процессе становления и развития управленческого консалтинга в России выявлены перспективы и недостатки, решение которых зависит от регулирования консалтингового рынка с целью формирования профессионального консультирования на уровне мировых стандартов качества.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Баркан Д.И. Российский консалтинг: традиции, проблемы становления, культурный аспект // Вестник СПбГУ. – 2020. – №16. – 118 с.

2. Блинов А.О. Управленческий консалтинг корпоративных организаций: Учебник. – М.: Инфра-М, 2021. – 254 с.

3. Васильев Г.А. Управленческое консультирование: Учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2019. – 255 с.

4. Макарова Ж.А. Управленческое консультирование в России: специфика становления и перспективы развития // Экономика: Теория и Практика. – 2019. – №3. – С. 162–165.

5. Маринко Г.И. Управленческий консалтинг: Учебное пособие для вузов. – М.: Инфра-М, 2020. – 236 с.

УДК 006.01

Пенкина В.А.

Научный руководитель: Луценко О.В., доц.

*Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

О ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ЧЕСТВОВАНИИ МЕТРОЛОГОВ

Одна из самых старейших наук – метрология. Она не теряет своей актуальности и востребованности с момента зарождения человечества. Основные понятия, которыми оперирует метрология, — это измерение, средство измерений, методики выполнения измерений. Важность этой науки настолько высока, что для нее сделали праздник. Действительно, никакая сфера деятельности не обходится без измерений. Возьмем, к примеру медицину. Если тот же тонометр будет показывать неправильно, то это может привести к плачевному исходу. Метрология послужила важным этапом для налаживания международных отношений. Ведь у каждой страны были свои меры измерения. Например, русский фунт был – 409,5г а английский 456,3г.

Каждый народ придумывал свои единицы измерения и так как наши предки располагали только своим ростом, длинной рук и ног, то почти все измерения отталкивались от этого. Например, в старорусскую систему мер входила такая мера как локоть и сажень. Локтем являлась длина от локтя до переднего сустава среднего пальца. Также были и достаточно интересные измерения. Например, «пока чайник не закипит» или «пушечный выстрел» — это мера расстояния. Также была мера расстояния, при которой человек переставал видеть раздельно рога быка и называлась она – бука [1].

Дмитрий Иванович Менделеев внес огромный вклад не только в отечественную, но и мировую метрологию. Он первый ученый, который понял всю важность этой дисциплины. Оно и не удивительно, ведь результаты его экспериментов напрямую зависели от точностей

приборов и методики обработки результатов. Менделеев также конструировал и сами приборы. Например: пикнометр и дифференциальный барометр. Фотография второго будет представлена ниже (см. рисунок 1)



Рис. 1 Дифференциальный барометр

Также наш русский выдающийся ученый поспособствовал получению множество подписей под документом о метрологическом стандарте на международной конференции, которая состоялась в столице Франции – Париже 20 мая 1875 года. В этом съезде участвовало 20 стран и в тот же день 17 государств поставила подпись под документом. Именно этот день выбрали для национального праздника – день метрологии.

Однако в Российской Федерации этот день начали праздновать только с 2004 года. Но несмотря на это в России довольно много научно-исследовательских организаций. Один из них находится в столице и выполняет функцию научно-методического центра. А первый метрологический центр появился благодаря Дмитрию Ивановичу и назывался он «Палата мер и весов». Это была его одна из важнейших реформ. В дальнейшем этот центр представлял собой один из крупнейших метрологических центров Европы с прекрасно оснащенными лабораториями, одна из них, лаборатория по определению массы тел, считалась лучшей в мире. В наши дни один из корпусов стал музеем Госстандарта, где храниться уникальные коллекция старинных мер [2].

Каждый год 20 мая собираются главы метрологического комитета с посланием для всех причастных к празднику – это одно из самых важных и главных событий. Дальше происходит обсуждение темы,

которую выбрали в этом году. Каждый год она разная. Например «олимпийские игры не существует без измерений», «медицина и метрология как они связаны» и т.п. [3].

В России в этот день открывает свои двери музей, который находится в Всероссийском научно-исследовательском институте метрологии (см. рисунок 2). В нем хранятся уникальные экспонаты и каждый год музей предоставляет новые экземпляры. Также проводятся семинары, где работников награждают почетными грамотами.



Рис. 2 Музей метрологии

Белгородский центр метрологии, стандартизации и сертификации был основан 10 июля 1935 году. Центр представляет ряд услуг: поверка, ремонт и техническое обслуживание, калибровка, аттестация, метрологический аутсорсинг и т.д. Также в Белгородском ЦСМ есть ряд вакансий для начинающих и уже опытных специалистов. С каждым годом их востребованность растет. Выпуск новых специалистов берет на себя один из ведущих университетов -Белгородский Государственный Технологический Университет им. Шухова. Направление 27.03.01 «стандартизация и метрология»

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Луценко О.В. Метрология и стандартизация. От измерений до робастных систем управления качеством: учебное пособие/ О.В. Луценко-Белгород: изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2020. 78с.

2. Вклад в развитие метрологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.sites.google.com/site/mendeleeev180let/vklad-v-razvitiie-metrologii. Дата доступа: 24.04.2022

3. Всемирный день метрологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа www.kp.ru/family/prazdniki/vsemirnyj-den-metrologii/ Дата доступа 24.04.2022

УДК 331.5

Порфирова Я.С.

*Научный руководитель: Савицкая И.М., канд. экон. наук, доц.
Майкопский государственный технологический университет,
г. Майкоп, Россия*

УПРАВЛЕНИЕ РЫНКОМ ТРУДА СРЕДИ МОЛОДЕЖИ

В современных условиях уровень безработицы среди молодежи по всему миру составляет внушительную долю общей безработицы. Сходные тенденции наблюдаются в России. Молодежь относится к наиболее уязвимой категории соискателей рабочих мест. Проблемы молодежной безработицы анализируются во многих современных научных трудах, однако все авторы отмечают, что на практике отсутствует или, реализуются не эффективно программы содействия молодежной занятости, что в конечном итоге негативно воздействует на качестве жизни исследуемой группы населения.

Несмотря на значительное число научных трудов, посвященных вопросам занятости и безработицы молодежи, их многие теоретические и методологические аспекты изучены недостаточно. Дискуссионными остаются проблемы определения сущности, роли и места рынка труда молодежи в системе социально-трудовых отношений. Вопросы молодежной безработицы дискусируются широко, необходимость их решения очевидна, однако с практической точки зрения они требуют дальнейшего изучения.

Ситуация, складывающаяся на российском молодежном рынке труда в последние годы, является довольно напряженной. Растут масштабы регистрируемой и скрытой безработицы среди молодежи, увеличивается ее продолжительность. Между тем возможности молодых людей и без того ограничены в силу их более низкой конкурентоспособности по сравнению с другими категориями населения.

Таким образом, по мере формирования рыночных отношений и конкуренции значимость безупречно подготовленного работника возрастает. Это будет способствовать увеличению занятости молодежи на учебе. Мировой и отечественный опыт доказывают тенденцию роста продолжительности обучения молодежи и более позднего ее вступления в активную трудовую деятельность. Важность исследования объясняется следующими обстоятельствами: во-первых, молодые люди составляют около 35% трудоспособного населения России, во-вторых, они - будущее страны.

Вступление России в рыночную экономику влечет за собой потребность рынка труда и рабочей силы. Рынок труда является неотъемлемой частью экономики. Он действует с помощью отделов кадров, учебных и исследовательских центров, а также социальных служб, корпораций, подобных подразделений государственных учреждений, некоммерческих организаций. Региональные министерства труда являются необходимыми звеньями рынка труда, которые реализовывают профессиональное обучение, трудоустройство и материальную поддержку в первую очередь лиц, нуждающихся в особой социальной опеке – безработных, инвалидов, иммигрантов и неустроенной молодежи.

Рынок труда является необходимой и наиболее сложной частью рыночной экономики. Переплетение интересов работника и работодателя при найме и увольнении, циклически изменяющееся положение экономики, количество трудовых доходов населения, сложившиеся традиции в трудовой сфере и другие факторы оказывают значительное влияние на объем и структуру спроса и предложения на рынке труда. Поэтому рынки труда имеют ярко выраженные специфические национальные черты. Труд можно определить, как систему социально-экономических отношений между собственниками рабочей силы, нуждающимися в работе по найму, владельцами средств производства, предъявившими спрос на наемную рабочую силу, по поводу вовлечения рабочей силы в общественное производство, ее функционирования и воспроизводства, а также распределения и перераспределения.

Спрос на рабочую силу парирует потребность экономики в обусловленном количестве работников на данный период времени. Эта потребность выражается в физических лицах или в среднегодовом исчислении. Общий спрос должен быть количественно равен численности занятых плюс имеющиеся вакансии. Спрос на труд является показателем, в котором скрыто множество экономических

явлений и процессов, порождающих этот спрос, и возникает он в силу наличия рабочих мест.

Спрос на рабочую силу создается по отраслям и в количественном выражении должен совпадать с общей дополнительной потребностью предприятий и организаций в работниках. При расчете спроса на рабочую силу определяются потребность предприятий в новых работниках и потребность предприятий в работниках.

Формирование рынка труда в России происходит не только в результате усилий реформаторов, но и благодаря развитию общества, вставшего на путь перехода к рыночной экономике.

Молодёжь в возрасте от 16 до 29 лет представляет собой чрезвычайный интерес, поскольку именно в это время основная часть молодых людей приобретает стабильный профессионально-трудовой статус в общественной и социальной сфере. На молодежный возраст приходятся главные социальные и демографические события в жизни человека, это, прежде всего, завершение общего образования, выбор профессии и получение профессиональной подготовки, начало трудовой деятельности, вступление в брак, рождение детей.

На федеральном уровне необходимо создание и реализация программы создания рабочих мест специально для молодых специалистов выпускников вузов. Практическая реализация этой программы пока маловероятна из-за недостатка бюджетных средств, но идея должна продвигаться уже сейчас.

Существует проблема дисбаланса спроса и предложения на рынке труда. Проблема заключается в том, что существует несоответствие между тем, какие специальности на конкретный момент требуются на рынке труда, и тем, специалистов каких специальностей выпускают вузы.

В данном случае наиболее важным представляется наличие у выпускников навыков, позволяющих быстро адаптироваться к изменившейся ситуации. Эти навыки должны воспитываться в процессе социализации личности, как в семье, так и во время обучения специальности.

Другим механизмом адаптации к требованиям рынка является переобучение специалистов в службе занятости и в вузах. Для этого могут быть использованы механизмы получения различного рода кредитования обучения студентов работодателями, что позволяет выпускникам определиться с дальнейшим местом работы.

Современная российская молодёжь на рынке труда представляет собой достаточно уязвимую категорию граждан, вопросы

контролирования и помощи, которой в трудоустройстве являются вопросами государственной политики.

Одной из важнейших проблем для современного социума является проблема безработицы. Это связано с тем, что будущее общества в руках у молодежи, а их трудовая деятельность является источником для социального обеспечения различных групп населения. Ситуация, которая складывается на рынке молодежной безработицы в России, в последние годы в стране достаточно напряженная и со временем она все ухудшается, то есть растут масштабы открытой и скрытой безработицы, а также увеличивается ее продолжительность. Безработная молодежь является источником для криминальных кругов. Именно она приводит к деградации общества, подрывает физическое и моральное здоровье. В стране наблюдается снижение уровня и качества жизни населения, повышается число разводов и значительно падает рождаемость.

Молодежная безработица – это социально-экономическое явление, где лица в возрасте 15-29 лет пробуют найти себе работу и готовы приступить к ней, но по некоторым причинам сделать этого не могут. Молодежная безработица - это недуг которым страдают многие страны. Во времена СССР её практически не было, так как после окончания учёбы следовало распределение выпускников на работу. Затем три года обязательной отработки. Одно из преимуществ того времени - это существенная законодательная защита молодого специалиста его прав и интересов. Что касается постсоветской России ситуация на протяжении долгого времени не вызывала большой тревоги.

На сегодняшний день безработица также является одной из острых проблем. Это связано с тем, что предыдущий исторический минимум безработицы - 4,3% - был зафиксирован впервые в августе 2019 года и вновь был достигнут в сентябре прошлого года. РФ удерживала этот показатель на протяжении сентября-декабря 2021 года. В январе этого года безработица повысилась до 4,4% Общая численность безработных в России в феврале 2022 года составила 3 млн 071 тыс. человек, что на 225 тыс. ниже показателя января. Как сообщалось, в январе 2021 года безработица в РФ составляла 5,8%, в феврале - 5,7%, в марте - 5,4%, в апреле - 5,2%, в мае - 4,9%, в июне - 4,8%, в июле - 4,5% (на 0,2 п.п. ниже до пандемийного уровня), в августе - 4,4%, в сентябре, октябре, ноябре и декабре она составила 4,3%.

К началу 2022 года российский рынок труда уже восстановился от последствий пандемии коронавируса: в январе уровень безработицы, по данным Росстата, составил 4,4%, что сопоставимо с показателем тех же периодов 2018—2019 годов. Однако введение против РФ экономических санкций рядом западных стран и последовавший за ним

уход из страны ряда крупных ретейлеров и фирм с иностранным участием может сократить число доступных населению рабочих мест.

На сегодняшний день безработица также является одной из острых проблем. Это связано с тем, что будущее общества в руках у молодежи, а их трудовая деятельность является источником для социального обеспечения различных групп населения. Ситуация, которая складывается на рынке молодежной безработицы в России, в последние годы в стране достаточно напряженная и со временем она все ухудшается, то есть растут масштабы открытой и скрытой безработицы, а также увеличивается ее продолжительность.

Изучением показателей молодежной безработицы занимается государственный орган, который называется Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Она ведет мониторинг и публикует формальные сводки по текущим значениям.

Таким образом, анализируя проблему молодежной безработицы, можно прийти к выводу, что в условиях российской рыночной экономики, молодым людям очень трудно найти своё место в жизни общества, и они сталкиваются с серьёзными проблемами при трудоустройстве.

А также не просто вовлекать молодежь во временную занятость и общественную работу в силу очевидной непрестижности тех видов деятельности, которые входят в составы общественных работ и мероприятий временной занятости. Поэтому особо важно учитывать специфику молодежи и применять в этой работе такие подходы:

1. Реализовывать предоставления услуг по трудоустройствам в таких формах, чтобы молодые граждане не отказывались от их получений по соображению непрестижности в молодежной среде.

2. Гарантировать наличия гражданско-патриотических составляющих общественных работ и временной занятости молодежи с целью восприятия их как участия в решениях государственных задач, удачный старт карьеры, а не проявление безысходности.

Анализируя проблему молодежной безработицы, можно сделать заключение, что основной путь преодоления общественной напряженности на рынке труда молодых людей - создание нормативно-законной и финансовой базы единичной комплексной системы общественно-профессиональной ориентации и привыкание молодых людей, как составной части политики становления человеческих ресурсов, в которых принимали бы участие все заинтересованные стороны.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Багаев В. Занятость молодежи - задача государственная //Человек и труд. -2013. - №12. с.45-46.
2. Чернышева Н.И. Проблема трудоустройства выпускников учебных заведений и поиск путей ее решения //Наука и экономика: научно-информационный журнал. - №1(5). - январь 2014. - Иваново: ООО «Научная мысль», 2014. - С. 62-63
3. Распоряжение Правительства РФ от 17 ноября 2008 г. N 1662-р «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 года» (с изменениями и дополнениями)
4. Закон РФ от 19 апреля 1991 г. N 1032-1 "О занятости населения в Российской Федерации" (с изменениями и дополнениями)

УДК 005.95/96

Потанова Д.И.

*Научный руководитель: Савицкая И.М., канд. экон. наук, доц.
Майкопский государственный технологический университет,
г. Майкоп, Россия*

ПОДБОР ПЕРСОНАЛА: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

В современной научной и учебно-методической литературе вопросы поиска и подбора персонала освещены достаточно широко. В частности, в научных трудах известных теоретиков в области управления персоналом и экономики труда А.В. Барняковой, Т.А. Гребенюк, А.Я. Кибанова, Г.П. Рокун, Е.А. Шпакович и др, заложена основа для понимания этих процессов. Практическая сторона представлена деятельностью рекрутинговых агентств (Анкор, Brain Source International Personnel, WORLD STAFF и др.) и хедхантеров на отечественном рынке труда. Выяснению сущности процессов подбора и отбора персонала, исследованию технологий подбора персонала наука начала уделять внимание очень давно. Однако эти объекты исследования постоянно пополняются элементами нового содержания, что обуславливает необходимость их дальнейшего изучения.

Триумф работы организации во многом находится в зависимости от того, какие люди там трудятся и как любой работник эффективен на своём месте. Но численность промахов при назначениях на должности все еще велико, а любая оплошность довольно дорогостояще обходится организации. До того, как станет ясно, совладает ли работник со

собственными задачами, может пройти большое количество времени. Какой обязана быть действенная система найма персонала? Какие трудности появляются в процессе розыска и отбора кандидатов? Как перевести к минимальному количеству способ случайных людей?

Задача подбора - выявить из числа кандидатов на вакансию, лучшего и профессионально подготовленного сотрудника. Сегодня подбор персонала осуществляется с помощью множества методов, которые подразделяются на две группы: традиционные и современные. Рассмотрим их более подробно и выявим плюсы и минусы.

Традиционные методы являются распространёнными и активно используются во многих компаниях. Данные методы позволяют экономить затраты и время на подбор персонала, однако не могут дать 100% результата. Традиционные методы делятся на:

1. **Собеседование** - специально организованная встреча, беседа работодателя и кандидата на должность при приеме на работу.

Плюсы:

- Позволяет сделать максимально точные выводы по сравнению с другими видами подбора;

- Позволяет получить невербальную информацию;
- Можно получить личностные и профессиональные качества.

Минусы:

- Занимает много времени;
- Требуется опыт работы ведения эффективных бесед;
- Нельзя избежать затрат времени на подготовку вопросов.

2. **Анкетирование и резюме** – письменная форма опроса, заполняемая кандидатом на должность, а также краткая информация о себе.

Плюсы:

- Простота и удобство в использовании;
- Минимальные временные затраты на изучение;
- Большая скорость обработки данных.

Минусы:

- Маленький объём информации;
- Наличие лишь той информации, которую указывает кандидат;
- Наличие недостоверных или преувеличенных данных.

3. **Тестирование** - Тестирование представляет собой проверку возможностей кандидата. Этот метод считается одним из самых результативных, так как позволяет за короткое время выявить, обладает ли человек всеми необходимыми навыками и знаниями или нет.

Плюсы:

- Универсальность;
- Возможность проверки интеллектуальных способностей;
- Позволяет быстро отсеивать плохо мотивированных людей.

Минусы:

- Сложности в интерпретации результатов;
- Большие временные затраты для точной оценки результатов;
- Желание потенциальных сотрудников дать социально ожидаемые ответы, а не правдивые.

В последнее время большинство организаций применяют новые более современные методы подбора персонала, которые предполагают значительную гибкость процедур. Наиболее известными современными технологиями подбора персонала являются рекрутинг, скрининг, прямой поиск (Executive Search), хедхантинг.



Рис. 1 Современные технологии подбора персонала.

1. Рекрутинг. Технология подбора кадров распространенных профессий – специалистов, которых на рынке труда в избытке. Суть данного метода – размещение описания вакансий на сайтах, где подходящие соискатели его могут увидеть. Основной объект рекрутинга – находящиеся в активном поиске работы кадры.

Плюсы. Такой способ подбора персонала подразумевает разумное соотношение «цена/качество». Ведется тщательная работа по анализу вакансии и подбору кандидатов с учетом требуемых по определенной должности профессиональных и личностных компетенций.

Минусы. Требуется высокого уровня подготовки рекрутеров и участия тематических экспертов на этапе собеседования.

2. Скрининг. Очень быстрый и относительно дешевый способ поиска персонала. Его суть в том, что поиск происходит по заданным

профессиональными параметрами, которые принимаются как ключевые. Таким образом подбирают представителей рабочих специальностей, младший офисный персонал. Наиболее часто скрининг используется при массовом подборе.

Плюсы. Технология подбора персонала крайне проста в использовании. Скрининг не требует значительных затрат ресурсов, в том числе времени, обычно процесс скрининга продолжается в пределах 10 дней.

Минусы. Личностные особенности кандидатов и их психологические качества не являются предметом исследования, что часто приводит к подбору сотрудников, не понимающих и не разделяющих ценности и цели фирмы, а соответственно к текучести кадров.

3. **Headhunting** – одна из наиболее эффективных технологий подбора персонала. Главная отличительная особенность Headhunting состоит в том, что заказчик указывает определенного специалиста, которого он предпочитает привлечь в свою компанию. Задача хедхантера – выйти на нужного специалиста и сделать «предложение, от которого тот не сможет отказаться». Поэтому Headhunting начинается с составления «мотивационной матрицы кандидата» (предполагает анализ компании-донора, компании-клиента, их сравнительный анализ, анализ психологических и мотивационно – личностных особенностей кандидата, его круга общения, интересов и т.п.).

Плюсы. Позволяет привлечь в организацию ключевых и редких, как по профилю, так и по уровню профессионализма, специалистов.

Минусы. Headhunting самая дорогая технология подбора персонала. Такая работа – это очень длительный и сложный процесс, занимающий от трёх до шести месяцев. Кроме этого, хедхантинг стимулирует увеличение расходов на «удержание» ценных сотрудников.

4. **Executive Search.** Заключается в поиске специалистов категории высшего звена и включает активные методы подбора персонала. Данный метод подбора персонала отличается проведением индивидуальной работы с клиентом, минимальным количеством рекомендуемых кандидатов. Это «качественный поиск», учитывающий особенности бизнеса заказчика, рабочей среды, деловых и личных качеств кандидата, организуемый прямым путем, без объявления вакансии через средства массовой информации.

Плюсы. Результат подбора в большинстве случаев положительный и результативный. Для этого метода характерна

экономия времени, всесторонняя оценка кандидата, широкое поле поиска.

Минусы. Значительные финансовые затраты.

Проблемы поиска и подбора персонала и пути решения

1. Плохо организована работа HR-отдела. Все дефекты HR-отдела сказываются и на рекрутменте. Если нет четкой схемы взаимодействия внутри отдела и с другими подразделениями компании, то это тормозит подбор.

Решение: определить проблемы, реорганизовать работу, разработать простые правила взаимодействия внутри отдела и с внутренними заказчиками, регулярно анализировать работу HR-отдела и учить рекрутеров.

2. Недостаточные опыт, знания, компетентность и уровень квалификации работников организации, занимающихся отбором.

Решение: необходимо проанализировать работу работников организации,

занимающихся отбором персонала. Менеджер должен уметь выяснять характеристику персонала основываясь на его опыте с прошлых мест работы. Также менеджера по персоналу можно отправить на обучение, для того чтобы повысить знания и навыки в области отбора персонала.

3. Отсутствие системного подхода. Очень мало отечественных компаний выстраивают рекрутинговый процесс.

Решение: руководство компаний должно осознать, что текучесть кадров – это непрерывный процесс, поэтому поиск и подбор персонала следует организовывать на основе системного подхода.

4. Отсутствие этапа тестирования при отборе персонала.

Решение: необходимо разработать три типа тестов: на профессиональные знания и навыки, на уровень развития интеллекта и других способностей, на наличие и степень проявления определенных личностных качеств.

5. Отсутствие единого стандарта подбора персонала. Очень часто персонал подбирается не под должность и работу, а под конкретного руководителя.

Решение: разработать совместно с руководством компании единый стандарт подбора и придерживаться его – как при подборе линейных менеджеров, так и при подборе рядовых сотрудников.

Рассмотрев и изучив ключевые методы оценки кандидатов, используемые при подборе персонала в организацию, можно сделать вывод, что нет плохих и хороших методов отбора персонала - есть подходящие и не подходящие конкретной компании, должности и

ситуации. Процесс отбора персонала включает в себя комплекс методов, зависящих от должности в компании и ситуации на рынке труда. Грамотно организованная процедура подбора персонала повысит эффективность работы отдела по управлению персоналом и позволит работникам этого отдела уделять больше внимания другим проблемам, в том числе адаптации, обучению и развитию персонала.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Актуальность и методы отбора персонала. Проблемы и пути их решения Клеткина Н. В. Клеткина Н. В.
2. Никишина А. Л. Исследование современных технологий подбора персонала/ А. Л. Никишина // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 7 [Электронный ресурс]. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2016/07/70081>
3. Барнякова А. В. Роль отбора персонала в управлении персоналом организации / Science Time, 2014. № 4. С. 20-23.

УДК 69:658.56

Пучка Е.О., Рябко В.В.

*Научный руководитель: Пучка О.В., д-р техн. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

КОНЦЕПЦИЯ «КАЧЕСТВО 4.0» КАК ОСНОВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В XXI ВЕКЕ

В сегодняшнем современном мире, когда экономики всех стран мира проходят сложные испытания, вызванные пандемией коронавируса SARS-CoV-2 (COVID-19) и последовавшими несколькими локдаунами, введенными санкционными ограничениями, конкурентная борьба за рынки сбыта стала ещё более острой, а проблема повышения качества продукции, товаров и услуг ещё актуальнее.

Внедрение на многих предприятиях системы менеджмента качества на основе международных стандартов ИСО подняли на новый качественный уровень как само производство, так и качество выпускаемой продукции и оказываемых услуг, а использование технологий бережливого производства и управления позволили выявить потери и разработать систему предложений по улучшениям,

которая повышает уровень как самого процесса производства, так и качество конечного продукта [1].

Важным этапом явилась разработка интегрированных систем на базе стандартов ИСО и стандартов по бережливому производству, что позволило оснастить службы качества не только важным исполнительным механизмом («как должно быть» - стандарты ИСО), но и исполнительным инструментом («как этого достичь» - стандарты по бережливому производству). Эти системы позволяют повысить эффективность и самого производства и процесса управления качеством. Но сегодня мир стоит на пороге новой Четвертой промышленной революции – Индустрии 4.0 [2].

Цифровая трансформация – это объективная реальность, которая дает возможность интегрировать все аспекты управления и производственной деятельности в единый производственно-управленческий комплекс, который с помощью цифровых технологий оперативно и корректно отслеживает параметры протекания технологического процесса по всем операциям производства продукта, минимизирует потери на всех стадиях жизненного цикла продукции, позволяет проводить оптимизацию не только отдельных бизнес-процессов, но и концептуальных моделей новых продуктов и услуг предприятия, определять объективные затраты на качество и оценивать их влияние на прибыль предприятия [3].

Возрастающие запросы конкретного потребителя (конкретной группы потребителей) можно удовлетворить, учитывая его требования на разных этапах жизненного цикла продукции (от проектирования концепции изделия до его утилизации). Продукт будет востребован только в том случае, если он будет произведен в соответствии с индивидуальными требованиями заказчика. Такой подход сокращает потери, но требует колоссальной работы с большим массивом данным, глубокую аналитическую проработку, оперативную связь между бизнес-информационными (IT) и операционными процессами, гибкое взаимодействие элементов системы управления и т.д. Кроме того, искусственный интеллект, заложенный в технологиях Индустрия 4.0, позволяет прогнозировать возможные сбои и отказы, давать алгоритмы принятия правильных управленческих решений, влияющих на результат. Все вышесказанное требует цифровизации всех элементов системы менеджмента качества предприятия и кардинально изменяет парадигму управления качеством, что позволяет говорить о новом, наступающем этапе в развитии систем управления, трансформации в концепцию Качество 4.0.

Поэтому Качество 4.0 и определяется, как адаптивная способность объекта удовлетворять запросы конкретного потребителя, ориентируясь на ожидания различных групп заинтересованных сторон на всех этапах жизненного цикла объекта, где в качестве объекта выступают результаты деятельности, включая продукцию, услуги, работы и цифровые решения [4].

Объективность этого перехода в XXI веке связана со многими факторами – это и стремительное развитие IT-технологий, автоматизация и роботизация систем управления технологическими процессами, жесткая конкурентная борьба на рынках сбыта, расширение спектра требований потребителей к качеству продукции и способности удовлетворять их запросы, сокращение потерь на этапах жизненного цикла продукции и т.д.

Чтобы осуществить переход промышленности к концепции Качество 4.0 необходимо уже сегодня в области управления качеством готовить специалистов новой формации, владеющих не только базовыми знаниями по управлению качеством, знающих технологию производства, но и имеющих хорошую подготовку в области IT-технологий.

Переход к концепции Качество 4.0 – это объективный процесс, к которому движется промышленность всех промышленно развитых стран мира, а главным движущим элементом её успешного внедрения на предприятиях и в организациях концепции должна стать система правильного подбора кадров, основанная на привлечении молодых специалистов в области управления качеством, стандартизации и сертификации, имеющих качественную профессиональную подготовку, отвечающую современным требованиям, а именно, отличаться качественной подготовкой в области цифровизации, апробацией знаний в области управления качеством в условиях реальных производств и технологий, знанием требований нормативно-технической и технологической документации, умением анализировать технологический процесс и принимать обоснованные управленческие решения. Такой подход даст возможность экономике нашей страны подняться на новый качественный уровень, сделает её успешной и конкурентоспособной.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Салимова Т.А., Ватолкина Н.Ш. Менеджмент качества в условиях перехода к Индустрии 4.0 [Текст]// Стандарты и качество. – 2018. – №6 (972). – С.58-62.

2. Мокрова Л.П. Индустриальная революция – кем быть? Каким быть? [Текст] // Стратегия бизнеса. – 2019. – №12 (68). – С. 101-107.

3. Попова Л.Ф., Яшина М.Н. Возможности и вызовы четвертой индустриальной революции для развития менеджмента качества [Текст] // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2018. – №2 (71). – С.100-103.

4. Попов Н.А. Оптимизация производственных процессов в условиях цифровизации [Текст] // СРРМ. – 2019. – №1. – С.28-35.

5. Пучка О.В. Управление качеством в России: проблемы и решения // Сб. трудов VI междунар. науч.-практ. интернет-конф. «Актуальные проблемы менеджмента качества и сертификации». - Белгород: Изд-во: БГТУ им. В.Г. Шухова, 2016 г. С.139-150

УДК 378.11

Родионова А.А., Трубицына А.М., Щукина Д.С.

Научный руководитель: Пищулин В.Н., канд. пед. наук, доц.

Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина,

г. Елец, Россия

КЛЮЧЕВЫЕ ПРИНЦИПЫ МЕНЕДЖМЕНТА В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

В настоящее время система отечественного высшего образования испытывает сильнейшее влияние социально-экономических факторов, среди которых основными выступают расширенное использование дистанционных форм обучения, переход к широкому использованию цифровых технологий в процессе подготовки кадров, перманентное реформирование. Все это объективно потребовало пересмотра ключевых принципов в управлении высшей образовательной системой.

Это обстоятельство обуславливает необходимость рассмотрения современных ключевых принципов менеджмента в высшей школе. Одним из ведущих принципов является «ориентация на потребителя». Суть его состоит в том, что каждое высшее учебное заведение должно располагать теми средствами, которые от него требуют потребители – студенты. К этим средствам можно отнести оборудование для научной работы, для занятий спортом, для творчества, а также средства первой необходимости (медпункт, столовая). Всё это будет способствовать более продуктивному обучению студентов.

Отметим, что на практике потребителями образовательных услуг высших учебных заведений зачастую являются не только студенты. К ним можно причислить: государство, общество и работодателей. В

данном случае вузам необходимо обеспечить такое качество образования, которое соответствует государственным стандартам, было бы полезно для общества в целом, а также предоставляло бы работодателям квалифицированных сотрудников. Государство осуществляет финансирование образовательной деятельности, преследуя основные цели – повышение качества образования, сокращение безработицы, увеличение активного трудоспособного населения.

Общество «заинтересовано в трудоустройстве выпускников, чтобы они могли создать свою семью, воспитывать детей и помогать родителям. Сами же родители качество (уровень) образования связывают с возможностью для своих детей – выпускников занять соответствующее (им хочется – лучшее) место в обществе» [3, с. 331]. С точки зрения работодателей студенты – это будущие работники, от качества их образования зависит качество их работы.

С позиции повышения качества образования используется принцип «системного подхода» суть которого заключается в том, что информация студентам предоставляется систематично, то есть в определенной последовательности для лучшего усвоения. Здесь все элементы образовательного процесса взаимосвязаны и постоянно взаимодействуют друг с другом. Используя системный подход, высшее руководство вуза направляет сформированную, прозрачную систему качества на реализацию выбранной цели. Исходя из выбранной цели, определяются наиболее важные процессы и необходимые ресурсы. «Системный подход требует координации всех аспектов деятельности, применения проектного стиля работ вуза, вовлечения людей в управление, делегирования им полномочий и оказания им доверия. Это – процессный, гуманистический подход к менеджменту, разрушающий барьеры между подразделениями» [1, с. 30].

«Постоянное улучшение деятельности организации» является одним из ключевых принципов менеджмента и неотъемлемой частью каждой успешной организации. Улучшение деятельности организации носит системный характер и требует изучения определенных источников информации, которыми могут послужить данные обратной связи (опросы преподавателей и студентов, с целью изучения их мнение об организации и ее работе), а также внутренние аудиты и анализ собственной деятельности, которые помогут более точно определить, какие области нуждаются в улучшении.

На уровне вуза систематическое улучшение начинается с людей. Оно включает в себя постоянное повышение квалификации сотрудников, обучения, переподготовки, модернизация рабочего

пространства и создание комфортной рабочей обстановки, в том числе. Если же говорить о преимуществах внедрения этого принципа в работу организации, то они заключаются в увеличении возможностей организации, выстраивание единой стратегии, появляется возможность оперативно реагировать на возникающие изменения внутри организации и эффективно работать с жалобами и возражениями.

Следует так же заметить, что любые решения связанные с управлением компании следует принимать только исходя из объективных данных, принятие решений на основе предположений или субъективного мнения может повлечь за собой серьезные последствия. Отсюда вытекает еще один немаловажный принцип – «принцип принятия решений, основанных на фактах». Реализация данного принципа для вуза требует перманентного сбора, группировки о оценки информации по качеству услуг. Принятие решений никогда не было легкой задачей, однако использование информации, основанной на фактах, логическое мышление и интуиция помогут упростить процесс.

Необходимо отметить, что развитие системы высшего образования, в том числе системы менеджмента качества требует от руководства вуза реализацию лидерских позиций. Следовательно, лидерство, является еще одним ключевым принципом менеджмента в системе высшего образования, которое можно охарактеризовать как социальный процесс, в котором один человек может заручиться помощью и поддержкой других в выполнении общих задач, путем правильной расстановки целей и приоритетов.

Для руководителей различных уровней управления высших учебных заведений «принцип лидерства» предполагает в соответствии с ГОСТ Р ИСО 9001:2008. [2, с. 135].

Таким образом, реализация вышеперечисленных ключевых принципов менеджмента в системе высшего образования позволит на практике повысить эффективность подготовки кадрового потенциала как на региональном, так и на федеральном уровне, имея на выпуске высококвалифицированных, компетентных специалистов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Долженко, В.Ю. Основные принципы менеджмента качества в образовании / В.Ю. Долженко, Ю.В. Ключко // Вестник учебного отдела Барнаульского юридического института МВД России. – 2008. – № 11. – С. 29-33.
2. Меркушова, Н.И. Принцип TQM «Вовлечение персонала» в управлении качеством и современных системах менеджмента / Н.И.

Меркушова, Е.Б. Гафорова. – Текст: непосредственный // Экономика, управление, финансы: материалы II Междунар. Науч. Конф. (г. Пермь, декабрь 2012 г.). – Пермь: Меркурий, 2012. – С. 135-137.

3. Соловьев, В.П. Принципы менеджмента качества в системе профессионального образования России / В.П. Соловьев, Т.А. Перескокова // Экономика промышленности. – 2021. – Т. 14. – № 3. – С. 326-338.

УДК 006

Савина А.Д., Сивандаева С.Ю.

*Научный руководитель: Тарасова О.Г., канд. техн. наук, доц.
Поволжского государственного технологического университета,
г. Йошкар-Ола, Россия*

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СТАНДАРТОВ ЛЕСНОЙ СИСТЕМЫ СЕРТИФИКАЦИИ FSC

Лесная сертификация – новый, быстро развивающийся процесс, стремительно меняющий международный рынок лесной продукции и национальные системы управления лесами. Возникнув в начале 1990-х гг. как международная независимая общественная инициатива, к началу 21 века лесная сертификация признана правительствами многих государств.

22 марта 2021 в системе сертификации FSC произошли изменения – вступил в силу новый стандарт по лесоуправлению FSC-STD-02-2020 [5], который заменил устаревший стандарт FSC-STD-RUS-V6-1-2012 [6].

Для держателей сертификатов это означало, что началась работа по постепенному переходу в течение 12 месяцев работу по новой версии стандарта. Для наибольшего понимания проведенных изменений и облегчения перехода запланированы и проведены тематические вебинары и семинары.

Выполнен анализ структуры и содержания произведенных изменений.

Во-первых, внесены изменения в принципы лесоуправления. По сравнению со старой версией стандарта количество принципов не изменилось, но содержание нескольких принципов затронули небольшие изменения (Таблица 1).

Таблица 1 – Сравнение принципов стандартов лесопроизводства

№ принципа	FSC-STD-RUS-V6-1-2012	FSC-STD-RUS-02-2020
Принцип 1	Соответствие законодательству и принципам ЛПС	Соответствие законодательству
Принцип 2	Права и обязанности владельцев и пользователей	Права работников и условия труда
Принцип 3	Права коренных народов	Права коренных народов
Принцип 4	Отношения с местным населением и права работников	Отношения с местным населением
Принцип 5	Использование леса	Полезности леса
Принцип 6	Воздействие на окружающую среду	Природные ценности и воздействие на них
Принцип 7	План управления	Планирование хозяйства
Принцип 8	Мониторинг и оценка	Мониторинг и оценка
Принцип 9	Сохранение лесов высокой природоохранной ценности	Высокие природоохранные ценности
Принцип 10	Лесные плантации	Осуществление хозяйственной деятельности

Во-вторых, были переформулированы основные цели, достижение которых направлено на:

- обеспечение последовательной реализации принципов и критериев по всему миру;
- улучшение и укрепление доверия к системе FSC;
- улучшение согласованности и качества национальных стандартов лесопроизводства;
- поддержание более быстрого и эффективного процесса утверждения Национальных стандартов лесопроизводства.

В-третьих, изменения затронули и критерии оценки деятельности. В новом стандарте их количество составило 70, что на 14 больше чем в предыдущей версии.

В – четвертых: к принципиально новым требованиям стандарта 2020 года (по сравнению с версией 2012 года) можно отнести следующее:

- реализация адаптивного управления;
- необходимость получения свободного предварительного осознанного согласия (СПОС) от коренных народов и/или местных сообществ в тех случаях, когда затрагиваются их права;
- требование о выплате местным сообществам компенсации за использование традиционных знаний и их интеллектуальной собственности;
- требование о справедливой компенсации работникам за утрату или порчу имущества, приобретенные за время работы профессиональные заболевания или производственные травмы.

В – пятых, были существенно обновлены или усилены следующие требования и/или подходы к их выполнению:

- соблюдение всего применимого законодательства;
- соблюдение обычных прав коренных народов и местных сообществ;
- оценка природных ценностей и воздействия на них;
- поддержание высоких природоохранных ценностей;
- своевременное восстановление лесного покрова до исходного (до начала рубок) состояния или до более естественного состояния;
- выполнение требований по отношению к местным сообществам и коренным народам (сглажены их различия).

Следует обратить внимание на изменение используемой терминологии, поскольку в обновленной версии стандарта появились понятия, отражающие новые или значительно обновленные концепции и требования. К таковым относятся адаптивное управление, свободное предварительное осознанное согласие, связанность.

Примеры основных различий в терминологии отмененного и введенного в действие стандартов, представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Примеры основных различий в терминологии

FSC-STD-RUS-V6-1-2012	FSC-STD-RUS-02-2020
Единица лесоправления – либо территориальная единица лесоправления районного уровня (лесничество, лесопарк) (если заявителем на сертификацию является государственный орган) или участок лесного фонда, переданный в аренду (если	Единица управления – заявленная для FSC сертификации территория или территории с четко обозначенными границами, управляемые с конкретными долгосрочными хозяйственными целями, ясно сформулированными в плане управления. Указанная(ые) территория(и) включает(ют) в себя:

<p>заявителем является частная компания-арендатор).</p>	<p>- управляемый участок (участки) в обозначенных границах; - объекты инфраструктуры в его (их) пределах и (или) за пределами, в пользовании и (или) в управлении организацией, или от имени организации, в соответствии с долгосрочными целями хозяйствования, сформулированными в плане управления.</p>
<p>Заинтересованная сторона – частное лицо или организация, чьи экономические, социальные, духовные или природоохранные интересы могут быть положительным или отрицательным образом затронуты в результате управления лесами.</p>	<p>Заинтересованная сторона – любое лицо, группа лиц или организация, проявившие интерес или о которых стало известно как имеющих интерес к деятельности, ведущейся в пределах единицы управления. Затронутая сторона – любое лицо, группа лиц или организация, которые подвергаются или могут быть подвергнуты воздействию в результате деятельности в пределах единицы управления.</p>
<p>План управления лесами – это официальный документ, определяющий стратегию по использованию, охране, защите и воспроизводству лесов и других природных ресурсов определенной территории и детальный план действий на ближайшие годы.</p>	<p>План управления – комплект документов, отчетов, учетной документации и карт, описывающих, обосновывающих и регулирующих деятельность руководителя любого уровня, персонала или организации в целом на территории или в связи с единицей управления, включая заявления о целях и политике</p>

На основе проведенного сравнительного анализа текстов стандартов можно сделать вывод, что версия стандарта FSC-STD-RUS-02-2020 является более структурированным документом, содержащим обновленные жизненно важные принципиальные позиции по отношению к соответствию законодательства, правам коренных народов, работников и условиям их работы, взаимодействию с местным населением, полезности леса и его природным ценностям, планированию хозяйства, а также критериям оценки деятельности. Требования, с учетом изменения в терминологии, сформулированы и изложены более четко, конкретно и понятно.

В целом, основная суть стандарта и требований, алгоритма проведения процедуры не изменились, поэтому организации должны успешно пройти сертификацию по новому стандарту в области лесоправления.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Сивандаева С.Ю., Карпов А.А., Тарасова О.Г. Сравнительный анализ нормативных документов лесоправления FSC-STD-RUS-V6-1-2012 и fsc-std-rus-02-2020 // Моя профессиональная карьера, том 1, №20, 2021 г. стр.148-155;

2. Новый Российский национальный стандарт FSC вступил в силу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://standart.fsc.ru/2021/03/22/новый-российский-национальный-станд/> (Дата обращения: 09.03.2022);

3. Подлежит сертификации: новый национальный стандарт FSC в деле [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://forestcomplex.ru/forestry/new-fsc2020/> (Дата обращения: 09.03.2022);

4. Лесная сертификация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fcert.ru/> (Дата обращения: 09.03.2022);

5. Российской Федерации | Национальный стандарт FSC [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://fcert.ru/wp-content/uploads/2016/04/FSC-STD-RUS-02-2020-2-0-RU-Национальный-стандарт-FSC-для-России.pdf> (Дата обращения: 09.03.2022);

6. Российский национальный стандарт FSC® [Электронный ресурс]. – Режим доступа https://fcert.ru/wp-content/uploads/2016/04/Russian_National_FSC_Standard_v.6_01_RU_2015.pdf (Дата обращения: 09.03.2022).

УДК 65.011.12

Сиденко М.С.

*Научный руководитель: Губернаторова Н.Н., канд. экон. наук, доц.
Калужский филиал ФГО БУ ВО Финансовый университет при Правительстве
РФ, г. Калуга, Россия*

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ БЕНЧМАРКИНГА В МЕНЕДЖМЕНТЕ ПРЕДПРИЯТИЙ

Активно развивающиеся рыночные процессы и механизмы ставят перед организациями и предприятиями все более усложняющиеся

задачи. Высокая конкуренция, законодательные барьеры, политическая и экономическая нестабильность на всем мировом рынке – все это накладывает свой отпечаток и во многом затрудняет деятельность организаций. В подобных непростых условиях не потерять свою потребительскую базу, продолжать так же успешно и оперативно удовлетворять потребности покупателей и клиентов, привлекать новую аудиторию, которая была бы заинтересована в приобретении создаваемых организацией экономических благ, довольно сложно.

Поддерживать качество производимой продукции или оказываемых услуг, улучшать свои показатели эффективности невозможно без высокого уровня планирования, организации, контроля и координации всех внутренних процессов предприятия, а также связи с внешней средой организации. Именно поэтому все большее значение приобретает осуществляющийся компаниями управленческий учет. Одним из наиболее популярных методов управления в западных странах и базовыми основами этого метода в России является бенчмаркинг.

Процедуру бенчмаркинга можно определить, как планирование деятельности предприятия, при котором высшее звено управления осуществляет оценивание экономических показателей ведущих и конкурирующих организаций на рынке, при этом контролируя этапы производства, скорость и непрерывность поставок, наличие обратной связи от клиентов и так далее. Основной целью бенчмаркинга является выявление преимуществ у других фирм и выстраивание всего производственного и управленческого процесса в соответствии с известными эффективными практиками, которые позволят в чем-то выиграть фирме на рынке.

Если рассматривать бенчмаркинг в сравнении с другими подходами к менеджменту, можно определить такие его преимущества, как:

- способствование преодолению стадии «спада» в производственном цикле организации – в том числе в управлении;
- внедрение мотивационной функции менеджмента на стадии спада;
- выявление преимуществ организации по сравнению с конкурентами на рынке, а также слабые стороны;
- предупреждение начала отрыва в показателях эффективности от конкурентов;
- постановка конкретных, точных, достижимых задач;
- расстановка приоритетов при решении о выходе на новые темпы и объемы производства;

- задействование проверенных схем управленческого процесса;
- объединение и корректировка стратегических планов организации;
- внедрение НИОКР с наименьшими рисками в производственные процессы;
- создание культуры «работы на улучшение» всех звеньев управления.

Как мы упомянули ранее, бенчмаркинг – один из управленческих подходов. Как и любой процесс управления, процедура бенчмаркинга включает в себя этапы, последовательное выполнение которых позволит организации достичь желаемых целей с наименьшими затратами и потерями.

Первоначально предприятию необходимо ответить на вопрос: «Что конкретно мы хотим улучшить?» Это могут быть производственные процессы, управленческие процессы по взаимодействию звеньев управления, связи организации с ее структурными подразделениями (дочерними предприятиями/цехами), контакты с поставщиками и дилерами. Определить объект бенчмаркинга – ключевая точка, от которой далее будут отталкиваться топ-менеджеры. Не определив, на что именно будет ориентирован процесс продумывания улучшения, сравнения с другими подобными рыночными объектами, весь смысл осуществляемой процедуры теряется.

В подавляющем большинстве случаев степень имеющейся у управленцев информации бывает недостаточна для проведения эффективного бенчмаркинга. Если предприятие вышло на рынок первым с уникальным продуктом или отраслевая специфика достаточно узкая, для исследования рынка может понадобиться привлечение экспертов со стороны. Выбор партнера по бенчмаркингу во многом определяет дальнейшие скорости сбора и анализа информации, на основании которых выбирается один из видов бенчмаркинга.

После поиска, обмена и анализа необходимой информации с партнерами по рассматриваемому нами подходу к менеджменту, необходимо продуманное, постепенное введение теоритических основ в хозяйственную деятельность предприятия. Не исключена вероятность того, что первый пакет разработанных методов окажется малоэффективным – в такой ситуации управленцы и эксперты возвращаются к стадии работы с информацией: выявляют недостоверные и неполные данные, статистические ошибки и так далее.

Определение объекта бенчмаркинга закладывает основу, на которой будет выстраиваться весь процесс анализа. В зависимости от

выбранного сравниваемого и улучшаемого объекта выделяют следующие виды бенчмаркинга:

– конкурентный бенчмаркинг подразумевает проведение тщательной сравнительно-аналитической работы, рассматривая внешнюю среду предприятия-конкурента. Сложность данного вида заключается в том, что нередко конкурирующие компании предоставляют неполную информацию о своих рекламных проектах, способах продвижения и привлечения аудитории – и, самое главное, затратах на данные виды своей деятельности.

– Промышленный бенчмаркинг направлен на анализ внутренней производственной деятельности организации и ее партнеров. Важным условием при выборе данного вида является отсутствие ситуации конкуренции между рассматриваемыми компаниями – между ними должно установиться открытое дипломатическое взаимодействие, которое определяло бы добровольный характер обмена информацией.

– Функциональный бенчмаркинг имеет «говорящее» название – здесь специалисты рассматривают функционал организации, который может присутствовать у предприятий в совершенно разных отраслях экономики, однако процедуры производства, хранения, транспортировки продукции у них могут быть схожи. Однако при данном виде процедуры применения методик, разработанных на основе полученной информации, достаточно сложна в выполнении.

– Внутренний бенчмаркинг наряду с промышленным и конкурентным является самым распространённым видом. Отслеживание непрерывности взаимодействия основного предприятия и его филиалов, внутренними подразделениями является одной из основ функционирования предприятия в любой сфере общественного производства. При этом данный вид анализа и практики может осуществляться как в разные периоды функционирования одного подразделения, так и в один период функционирования и главной компании, и ее внутренних составляющих.

Наиболее часто бенчмаркинг используется в работе с персоналом организации. Современные экономические и социальные условия в странах мира с разными уровнями развития создают почву для осложнения таких общественно-значимых проблем, как безработица, количество населения, находящегося за чертой бедности, и многих других. Создание средних и малых предприятий может способствовать предоставлению новых рабочих мест, однако здесь важно учитывать все риски, которым может подвергнуться малый бизнес на рынке – в первую очередь, это быстрый с момента создания приход организации к процедуре банкротства. Можно сказать, что бенчмаркинг является

одним из ключевых управленческих процессов, который закладывает фундамент для долгосрочного успешного функционирования компании и ее процветания.

Стоит отметить, что бенчмаркинг является отнюдь не новым методом в осуществлении менеджмента в организациях различных сфер. Некоторые его элементы (хоть и не такие совершенные) начинали применяться задолго до появления современных управленческих моделей и методик.

Процедура проведения бенчмаркинга на высших уровнях способствует промышленной кооперации, установлению крепкого и постоянного сотрудничества между крупнейшими компаниями-лидерами рынка. Инструменты, использующиеся в бенчмаркинге, позволяют расширять степень экономической интеграции отдельных регионов как в структуре национального хозяйства, так и в мировой экономике.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Антонов, Г. Д. Управление конкурентоспособностью организации: учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. — Москва: ИНФРА-М, 2018. — 300 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_59b0fc9f869b17.11305387. - ISBN 978-5-16-013471-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/937630> (дата обращения: 15.05.2022). – Режим доступа: по подписке.

2. Баринов, В. А. Стратегический менеджмент: Учебник / В.А. Баринов, В.Л. Харченко. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 237 с.:-(Учебники для программы MBA). - ISBN 978-5-16-003763-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/944938> (дата обращения: 15.05.2022). – Режим доступа: по подписке.

3. Грибов, В. Д. Инновационный менеджмент: учебное пособие / В.Д. Грибов, Л.П. Никитина. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 311 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1531. - ISBN 978-5-16-004870-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1842532> (дата обращения: 15.05.2022). – Режим доступа: по подписке.

4. Иванов, И. Н. Экономический анализ деятельности предприятия: учебник / И.Н. Иванов. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 348 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005608-1. - Текст: электронный. - URL:

<https://znanium.com/catalog/product/1083449> (дата обращения: 15.05.2022). – Режим доступа: по подписке.

5. Наумов, В. Н. Маркетинг: учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 410 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1222065. - ISBN 978-5-16-016723-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1222065> (дата обращения: 15.05.2022). – Режим доступа: по подписке.

6. Хейг, П. Управленческие концепции и бизнес-модели: полное руководство / Пол Хейг; пер. с англ. - Москва: Альпина Паблишер, 2019. - 370 с. - ISBN 978-5-96142-492-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1078477> (дата обращения: 15.05.2022). – Режим доступа: по подписке.

7. Чуланова, О. Л. Технологии кадрового менеджмента: учебник / О. Л. Чуланова. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 492 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-014054-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1324185> (дата обращения: 15.05.2022). – Режим доступа: по подписке.

УДК 006.06

Смирнова А.В.

*Научный руководитель: Поспелова Е.А., канд. техн. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ СТАНДАРТА СЕРИИ ISO 26000 НА ПРЕДПРИЯТИИ

Важную роль в обеспечении и постоянном повышении конкурентоспособности, прибыльности предприятия играет качество продукции и процессов производства. Помимо этого, все большее значение для достижения данной цели приобретают социально-ответственные функции предприятия. К 2022 году многие крупные предприятия внедрили и активно развивают систему корпоративной социальной ответственности (КСО). Концепция КСО заключается в том, что помимо развития компании в целом, высшее руководство берет на себя ответственность перед обществом. То есть она не только платит налоги, выпускает качественную и безопасную продукцию, но и дополнительно вкладывается в своих работников, окружающую среду, территорию присутствия. На сегодняшний день данная тема стала

набирать обороты и иметь еще более острую значимость как для предприятий, так и для общества в целом в связи с обострением вопросов экологической обстановки, трудоустройства граждан, образования, развития культуры общества, спорта и здорового образа жизни. Высшее руководство стало понимать, чтобы предприятие функционировало успешно, необходимо не только получать прибыль, но и соблюдать базовые этические правила и нормы, а также учитывать социальные нужды.

Для реализации такой социально ориентированной политики на предприятии высшему руководству рекомендуется внедрить стандарт серии ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности». Он формулирует международные рекомендации по повышению социальной ответственности предприятия, поможет выстроить и реализовать долгосрочную стратегию социальной ответственности компании вне зависимости от характера бизнеса.

Правильное внедрение и функционирование КСО в организации может влиять на:

- ее конкурентные преимущества;
- ее рейтинг;
- ее умение заинтересовывать и удерживать своих работников и других заинтересованных лиц;
- поддержание морального состояния, вовлеченности и производительности работников;
- взгляды инвесторов, владельцев, доноров, спонсоров и финансового сообщества;
- ее взаимоотношения с компаниями, правительствами, средствами массовой информации, поставщиками, клиентами и сообществом, в котором организация функционирует.

Корпоративная социальная ответственность основывается на следующих 4 принципах:

- открытость – заинтересованные стороны вправе получать необходимую для них информацию о действиях компании;
- системность – ответственность строится на основе решения вопросов всей системы;
- достоверность – работа в компании ведется открыто, без искажения информации во благо репутации;
- регулярность – мероприятия реализуются на основе постоянных значимых проектов в приоритетных направлениях [1].

Внедрение стандарта серии ISO 26000 на предприятии возможно путем совершенствования интегрированной системы менеджмента

(ИСМ), либо использование как отдельного самостоятельного стандарта. При этом преимущества ИСМ очевидны, так как результат от согласованных действий всегда выше, чем арифметическая сумма отдельно достигнутых результатов. Так же создание, вместо нескольких, одной интегрированной системы менеджмента и последующее ее обслуживание (внедрение, документирование, развитие) менее трудоемко и менее затратно. Именно поэтому в данной работе представлен вариант внедрения КСО в существующую ИСМ [2].

Программа проекта по внедрению системы социальной ответственности (ССО) в интегрированную систему менеджмента организации включает следующие этапы:

1. организация внедрения ССО в ИСМ;
2. проектирование ССО;
3. актуализация ИСМ после внедрения ССО;
4. внедрение ССО;
5. проведение внутреннего аудита [3].

Для лучшей визуализации примерных сроков реализации на (рисунок 1) представлена диаграмма Ганта, которая выполнена в среде Excel.

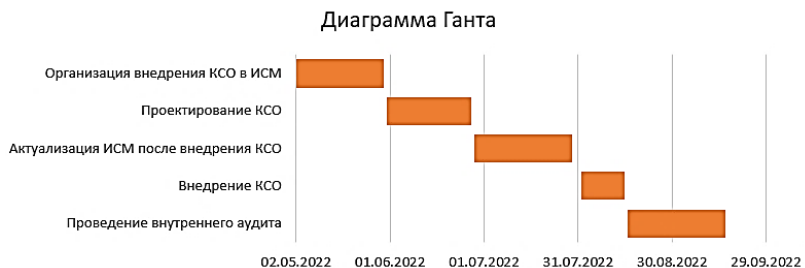


Рис. 1 Диаграмма Ганта

На первом этапе необходимо выполнять следующие основные виды работ:

- определение уровня компетентности специалистов для дальнейшего успеха;
- оценивание необходимости привлечения внешних специалистов;
- поиск четкой стратегии реализации данного проекта;
- выделение необходимых ресурсов для достижения целей;
- предоставление благоприятных условий для старта;
- обучение членов руководящих и рабочих групп;

- поддержка и заинтересованность со стороны руководства;
- постоянный мониторинг и анализ результатов.

На втором этапе:

- выбор международных стандартов в отношении ССО, необходимых при ее внедрении;
- распознавание процессов, с которыми связана ССО;
- определение последовательности и взаимодействия между соответствующими процессами;
- распределение ответственных по процессам (владельцев процессов);
- определение требований ССО;
- установление параметров и требований мониторинга;
- формирование критериев оценки результативности и эффективности ССО.

На третьем этапе:

- определение состава и структуры документов ССО;
- актуализация документов ИСМ.

На четвертом этапе:

- проверка степени практического выполнения требований ССО, установленных в документах ИСМ.

На пятом этапе:

- проведение анализа со стороны руководства [4].

После четкого и планомерного выполнения указанных работ по внедрению стандарта ИСО 26000, а также постоянного следования принципам КСО организация выйдет на новый уровень доверия к ней.

Корпоративная социальная ответственность является важной составляющей любой организации. Внедрение ИСО 26000 - долгий и трудный путь, который не может принести существенный результат, но способный пролить свет на возможности. Стандарт помогает создать продуманную стратегию, добиваясь улучшения репутации бизнеса и, что гораздо важнее, организации производства чего-то действительно ценного с меньшим негативным воздействием на планету.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. ГОСТ Р ИСО 26000–2012 «Руководство по социальной ответственности».

2. ГОСТ Р 55269–2012 «Системы менеджмента организации. Рекомендации по построению интегрированной системы менеджмента».

3. Благов Ю.В. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции / Ю.Е.Благов; Высшая школа менеджмента СПбГУ. — СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010. — 272 с.

4. Поспелова Е.А., Мордова В.М., Здесенко В.А. Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. 2017. №8. С. 215-218.

УДК 005.95/96

Глепцериукова А.С.

*Научный руководитель: Савицкая И.М., канд. экон. наук, доц.
Майкопский государственный технологический университет,
г. Майкоп, Россия*

РИСКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ: СУЩНОСТЬ, МЕТОДЫ ОЦЕНКИ И ПУТИ ИХ СНИЖЕНИЯ

Актуальность исследуемой темы заключается в том, что в настоящее время эффективность деятельности организации (предприятия) во многом зависит от анализа степени риска. Важно не только правильно оценить риск, но и эффективно управлять им. Ожидаемыми конечными результатами анализа и управления рисками должны быть действительно оправданные капиталовложения, достижение максимальной отдачи в виде прибыли, а также создание потенциала для развития производственно-хозяйственной деятельности организации.(предприятия).

Сущность рисков

Риск – это вероятность наступления негативных последствий воздействия факторов внешней или внутренней среды на хозяйствующий субъект.

Он обозначает ситуацию, когда есть некоторая неопределенность в отношении результата. Это происходит только при наличии неблагоприятных факторов. Риск также может служить количественной оценкой опасности. Он выражается как произведение вероятности негативных последствий на величину возникающих убытков. Управление рисками является одной из задач менеджмента организации.

Цель исследования - проанализировать риски в организации (предприятия) и разработать перспективные направления для их снижения.

В рамках поставленной цели можно сформулировать основные задачи:

- 1) изучить сущность и методы оценки рисков в бизнесе;
- 2) разработать перспективные направления по снижению уровня предпринимательского риска.

Объектом исследования являются риски организации (предприятия).

Научная новизна исследования заключается в анализе рисков и разработке перспективных направлений их снижения с точки зрения комплексной оценки организации (предприятия) и отрасли в целом.

В ходе исследования использованы несколько методов, среди которых выделяется метод анализа и прогнозирования. Использование этих методов позволит комплексно оценить риски организации (предприятия), а также выявить узкие места и наметить пути дальнейшего развития. Использование этих методов позволит дать комплексную оценку рисков организации (предприятия), а также наметить пути дальнейшего развития.

В качестве теоретико-методологической основы исследования использованы работы отечественных и зарубежных ученых.

Практическая ценность исследования заключается в том, что разработанные рекомендации по снижению рисков могут быть применены к любому предприятию или организации.

Важность анализа рисков многократно возрастает в современных условиях, когда на рынке преобладает высокий уровень конкуренции. В связи с этим многие руководители бизнеса уделяют пристальное внимание оценке рисков, поскольку от эффективности анализа, а также способности прогнозировать дальнейшее развитие событий зависят итоговые финансовые результаты деятельности организации (предприятия).

Оценка рисков в деятельности организации

Оценка риска включает в себя большое количество подходов, отражающих ее сложность и многогранность. Выбор того или иного подхода зависит от конкретной ситуации, параметров рынка, внутренних и внешних факторов микро- и макросреды.

Под оценкой риска следует понимать возможность наступления неблагоприятного события в будущем и оценку степени его влияния на финансовые результаты организации (предприятия) или компании. Непосредственно для оценки самих рисков используется несколько математических моделей: прямая, обратная и задачи исследования чувствительности.

Финансовые риски бывают следующих видов:

1. Риски, связанные с потенциальной покупательностью денег, являются инфляционными, дефляционными, валютными и ликвидными рисками.

2. Инвестиционные риски, направленные на капитальные вложения: процентные риски, кредитные риски, биржевые риски, селективный риск.

3. Риск по изменению спроса на продукцию организации (предприятия).

4. Риски, направленные на привлечение кредитных средств как источник финансов.

Различные типы рисков способны сопровождать деятельность организации в зависимости от ее сферы деятельности, стратегии и бизнес-среды, однако существуют общие цели, для достижения которых помогает грамотная организация рисков.

Методы оценки рисков в деятельности организации (предприятия)

Риск описывается количественно, то есть формирует абстрактную картину негативного события. Он характеризует число возможных ситуаций, в которых возникает риск. Невозможно точно измерить риск, можно лишь прогнозировать.

Руководство организации (предприятия) может применять следующие методы оценки рисков:

- Экспертная оценка.
- Рейтинговая оценка.
- Контрольный список источников рисков.
- Метод аналогий.

Получение независимых данных осуществляется методом экспертной оценки. Рейтинг оценивает степень отрицательных последствий и позволяет составлять некоторую степень риска и учитывать его в планах. Контрольные списки составляются для того, чтобы избежать незначительных рисков. Аналоги берут в пример предприятие, похожее на вид и характер деятельности.

Пути снижения рисков в работе организации (предприятия)

Для управления рисками требуется не только оценка рисков, но также выработка мер для их снижения или профилактики. Среди лучших методов менеджмента рисков выделяются:

- Нормативный.
- Формирование резервных фондов.
- Страхование.
- Диверсификация.
- Хеджирование.

Нормативные методы направлены на определение параметров, позволяющих избежать потенциальной большой потери. Это может означать предельный объем выпуска и сбыта продукции. Норма устанавливается на количество и объем заёмных средств, на привлеченные инвестиции. При этом ограничения можно определять по-разному по отдельным подразделениям.

Эффективное управление организацией (предприятием), получая прибыль сверх планируемой, позволяет создать резервный фонд, с помощью которого можно погасить потери при риске.

Самый распространенный и удобный способ защиты от опасности — это страхование. Но страховать все риски требует значительных затрат, так что организации (предприятия) используют множество различных способов.

Хеджирование в качестве формы страхования применяется для акций и финансового актива. Брокеры предприятия осуществляют сделки по фондовому рынку, чтобы снизить риск потерь инвестиционного портфеля.

Одним из методов производственной защиты от опасности является диверсификация. Основное направление деятельности организации (предприятия) сохраняется, однако дополнительно развивается востребованное направление деятельности.

Поэтому борьба с рисками является совокупностью мер, которые способны защитить организацию (предприятие) от негативного воздействия.

В этой статье была исследована природа и экономические составляющие риска, а также теоретические основания управления рисками на организации (предприятия) и приведены общепринятые методы снижения рисков.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абишев М.Н., Абишев Н.Д. О ведущей роли системы управления рисками в деятельности и развитии БВУ. // Аль Пари, 2003, № 2
2. Балабанов И.Т. Риск-менеджмент. М. 2015.
3. Вяткин В., Хэмптон Дж., Казак А. Принятие финансовых решений в управлении бизнесом. М. 2016
4. Горфинкель В.Я. Экономика предприятия. - М.: Юнити, 2005
5. Грабовский П.Г., Петрова С.Н. и др. Риски в современном бизнесе. - М.: Аланс, 2004
6. Коротков Э.М. Антикризисное управление. М. 2015.

7. Кошель П. Энциклопедия Олма-Пресс. «Риск-менеджмент», 2007
8. Лапуста М.Г., Шаршукова Л.Г. Риски в предпринимательской деятельности. М.: Экономика, 2002
9. Романов В. Понятие рисков, их классификация как основной элемент теории рисков // Деньги и кредит №3. 2017
10. Хохлов Н.В. Управление риском. М., 2016.
11. Чернова Г.В. Практика управления рисками на уровне предприятия. СПб, 2015
12. Уткин Э.А. Риск-менеджмент. - М.: ИНФРА-М, 2005

УДК 005

Хамдохова Б.З.

*Научный руководитель: Савицкая И.М., канд. экон. наук, доц.
Майкопский государственный технологический университет,
г. Майкоп, Россия*

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ КОНСАЛТИНГ

Услуги консалтинга на данный момент являются очень популярными во многих странах, в том числе и в России. В данной статье мы будем рассматривать, что представляет из себя консалтинг, его виды и задачи, а также разберем, чем же отличается консалтинг от коучинга.

Умение фирмы стремительно приспособиться к регулярно меняющимся обстоятельствам на рынке считается одним из основных условий эффективного формирования бизнеса. Данные обстоятельства могут замедлить или даже остановить работу компании, что повлечет за собой отставание от других фирм и компаний. И для того, чтобы такое не произошло, многие обращаются к консультантам за помощью, потому что компании необходимо развиваться, менять технологии, либо же внедрить новую. Это все вышеперечисленное требует огромный умений и усилий. Обычно, для решения каких-то проблем, руководящий состав компания самостоятельно должна все разрешать, но не всегда это получается, и поэтому фирме приходится обращаться к экспертам. Завлеченные со стороны консультанты готовы создать персональную программу по заключению тех или иных инноваторских задач, а также передать важный комплект информации деятельным работникам фирмы. С одной стороны, владеющие навыком и познаниями консультанты готовы отыскать более быстрый метод

заклучения установленной цели, выработать стратегию, принимать во внимание опасности и издержки. При данном изучение действующего персонала потребует минимальных сроков и в меньшей степени воздействует на качество выполнения сотрудником собственных основных обязательств.

Подобным образом, повышенный интерес к консалтингу со стороны фирм и предприятий привело отечественный бизнес к тому, что отрасль управленческого консалтинга стала на сегодняшний день одной из динамично развивающихся сфер российской экономики.

Что же представляет из себя управленческий консалтинг? Основываясь на сайт Википедии, консалтинг – это деятельность, которая направлена на совершенствование форм управления и ведения бизнеса. Управленческий консалтинг заключается в предоставлении независимых советов и помощи по вопросам управления, в которые могут входить определение и оценка проблем и возможностей, разработка рекомендаций по принятию соответствующих мер и помощь в их реализации. Главная задача управленческого консалтинга — увеличение производительности работы фирмы и выявление обстоятельств, этому препятствующих. Качество решения проблемы надлежит быть очень высоким при соблюдении временных и финансовых ограничений. Нужно создать пути совершенствования имеющейся ситуации, а также показать вероятные методы самостоятельного решения подобных проблем в будущем, то есть, если говорить коротко, выработать у клиентов способности анализа, оценки и эффективных действий.

Раз на этом этапе мы поняли, что же такое консалтинг, то сейчас рассмотрим его разновидности.

Первое, управленческий консалтинг - он возник как помощь руководителям в создании системы эффективного менеджмента. Управленческий консультант — это врач-терапевт для бизнеса. Консультант выявляет проблемы и их причины, например, недостаточно продуманные финансовые потоки, необходимость обучения персонала. Его задача — обнаружить проблемные места в деятельности компании и найти пути их устранения.

Следующий вид – стратегический консалтинг. Эта разновидность консалтинговой деятельности похожа на первый тип, но в фокусе консультанта — стратегия развития компании. Для ее создания потребуются анализ ключевых показателей и всего, что происходит в компании. Этот вид услуг востребован и в случае наличия в компании проблем, и для обеспечения ее эффективного роста.

Третьим можно выделить маркетинговый консалтинг. Заключается в Проведение исследований и разработка маркетинговой стратегии компании. Для развития компании необходимо работать с ее имиджем, положением и репутацией на рынке. То есть уделить больше внимания рекламе.

Консультант по маркетингу составит портрет целевой аудитории, выберет формы взаимодействия с ней и предложит подходящие каналы. Также поможет привлечь новую аудиторию и поддержать лояльность уже имеющихся клиентов.

Далее, существует кадровый консалтинг. Кадровый консалтинг берет на себя вопросы подбора, обучения, мотивации персонала. В него входит анализ кадровой структуры и эффективности сотрудников, разработка функционала новых вакансий.

Иногда внешнего специалиста по кадрам привлекают, если в компании наблюдаются конфликты. Консультант ищет способ улучшить взаимоотношения в коллективе.

Вышеперечисленное это основные виды консалтинга, и на этом они не заканчиваются. Существуют еще такие виды как юридический, бухгалтерский, финансовый, образовательный и IT-консалтинг. И все они, естественно, имеют одну цель, одну задачу, выработать стратегию, по которому фирма будет «процветать».

Давайте теперь перейдем к основным целям и задачам консалтинговых компаний. Основная цель консалтинга — решение проблемы клиента. Они будут разными для каждой компании: все зависит от особенностей ее деятельности.

Коротко опишем несколько задач управленческого консалтинга:

- повышение качества работы управленческих структур организации
- соотнесение интересов компании и общества с целью обнаружения точек соприкосновения
- помощь клиенту в принятии решений в ситуациях изменения внешней конъюнктуры и/или внутреннего состояния компании

Что касается консультанта, первое, что необходимо ему сделать – это проанализировать положение дел в компании. Следующим шагом является разработка рекомендаций, которые помогут повысить эффективность работы. Также необходимо внедрить новые технологии для оптимизации труда. И после проведение этих операций, нужно спланировать новую структуру компании, поработать с персоналом, провести обучение. Это все задачи, которые необходимо выполнять эксперту по консалтингу.

Консалтинг и коучинг – это совершенно разные методы.

Опишем несколько различий, чем же отличается коучинг от консалтинга.

Во-первых, с кем они работают? Консалтинг, как нам уже известно, работает с компанией. Работает с его руководителем, однако воспринимает компанию как одно целое. А коучинг работает со специалистом, то есть помогает раскрыть лидерский потенциал руководителю, развить необходимые навыки подчиненному.

Во-вторых, как они выполняют свою работу? Консалтинг начинает свою работу с анализа компании, его положения, и дает готовые рекомендации для дальнейших действий, чтобы решить проблему. Коучинг, в свою очередь, задает максимум вопросов, слушает клиента, и постепенно в процессе меняет его мышление.

В-третьих, каков результат их работы? В консалтинге разрабатывается стратегия, пошаговый план действия и берет решение проблемы полностью на себя. Коучинг, так как работает только со специалистом, ведет клиента до достижения поставленной цели.

Прочитав данное сравнение становится понятно, чем же они отличаются между собой.

Давайте подведем итоги. Консалтинг — это эффективный инструмент, который помогает бизнесу расти и развиваться, успешно преодолевая кризисы. Использование услуг консультантов давно стало нормой для всех компаний, в то же время рынок консалтинга становится зрелым, а требования бизнеса — более серьезные и обоснованные. Главное — найти подходящего профессионала, доверять ему и следовать рекомендациям. Расходы на консалтинг немалые, но своевременное привлечение специалиста поможет решить даже самые серьезные проблемы и вывести бизнес на новый уровень.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Васильев Г. А. Управленческое консультирование: учеб. Пособие / Г. А. Васильев, Е. М. Деева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 255 с.

2. Гончарук В. А. Алгоритмы преобразований в бизнесе. – 2-е изд., перераб. И доп. – М.: Дело, 2001. – 296 с.

3. ru.wikipedia.org

4. blog.calltouch.ru

Чурсинова А.С.

*Научный руководитель: Савицкая И.М., канд. экон. наук, доц.
Майкопский государственный технологический университет,
г. Майкоп, Россия*

МОТИВАЦИЯ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ФЕДЕРАЛЬНОЙ ТАМОЖЕННОЙ СЛУЖБЫ

Современный этап развития общества делает вывод о том, что самым важным и незаменимым ресурсом любой организации является мотивация ее сотрудников на работу. Существует, безусловно, прямая деконструкция между хорошей производительностью организации и эффективностью работы ее сотрудников.

"Мотивация в системе управления" относится к процессу, посредством которого менеджер организует работу таким образом, чтобы одновременно были достигнуты организационные цели предприятия и удовлетворялись личные желания и потребности сотрудников.

Рабочая зона государственной службы имеет ряд особых особенностей:

- Самый высокий уровень ответственности властей за принятые решения, их реализацию, последствия и последствия;
- Строгие нормативные акты управленческой и трудовой дисциплины;
- Использование, а также интеллектуального и творческого потенциала для решения государственных проблем.

Поэтому самым важным средством материального обеспечения и содействия высокосортной официальной деятельности чиновника в Федеральном казначействе Российской Федерации является денежное содержание.

Федеральный закон от 27 июля 2004 года № 79-ФЗ "О государственной гражданской службе в Российской Федерации" подчеркивает следующие основные элементы денежного содержания должностных лиц: 1) зарплата за работу; 2) зарплата за звание; 3) другие дополнительные платежи, в частности:

- Ежемесячное пособие по официальной зарплате за год службы на государственной службе;
- Ежемесячное пособие по зарплате на особые условия государственной службы;

- Ежемесячная выплата процентов по официальной зарплате за работу с информацией, составляющей государственную тайну;
- Награды за особо важные и сложные задания;
- Ежемесячный денежный стимул;
- Единовременная выплата и материальная помощь при ежегодном оплачиваемом отпуске.

Обзор данных компонентов денежного содержания показывает, что работники имеют определенную стимулирующую роль только в том случае, если заработок на официальной заработной плате имеет особые условия для работы с конкретными претензиями на домовладение четким размером и награда за выполнение чрезвычайно важных и требовательных работ, в рамках которых не ограничиваются размерами заработной платы существующего фонда.

Другие факторы, составляющие денежное содержание, четко прописаны в Федеральном законе № 79-ФЗ, соответствующих указах Президента Российской Федерации и других нормативных правовых актах. В соответствии с положением ежемесячная надбавка устанавливается и выплачивается в пределах утвержденного фонда оплаты труда и в размерах, установленных пунктом 5 Указа Президента Российской Федерации от 25 июля 2006 г. N 763 "О денежном содержании федеральных государственных гражданских служащих".

Главными аспектами для установления четких размеров ежемесячной надбавки считаются: выполнение должностных обязанностей в соответствии с должностным регламентом на профессиональном уровне; сложность, неотложность выполняемой работы; стаж по специальности и занимаемой должности; компетентность при исполнении особо важных, тяжелых и ответственных работ; высококачественное исполнение работ высокой напряженности и интенсивности (большой объем, регулярное исполнение безотлагательных и неотложных поручений; работ, которым необходимо особое внимание и др.

Определенные размеры ежемесячной надбавки постановляются руководителями соответствующими приказами.

использование данных критериев в практике дает право отметить гражданских служащих и руководителей, исполняющих свои должностные обязанности на высоком высококлассном уровне и учесть настоящую загрузку и напряженность работы.

Поскольку таможня является военизированной организацией, прогресс в ней имеет свою особенность. Таможенникам присваиваются звания. Смысл званий в том, что у таможенника есть возможность не только подняться по карьерной лестнице, но и подняться в звании.

Звания всегда соответствуют позициям, поэтому каждая позиция имеет свой предел в зависимости от ранга. Специальные звания являются альтернативными, то есть после прохождения в назначенном порядке, как срок сдачи, служба занимает свои должности в соответствии со специальным званием лица и имеет положительную оценку и исключительную или назначенную, или специальную разницу, когда вы выполняете служебный долг, на любом кандидате вышестоящую должность, но не больше, чем на один-два ранга выше.

Специальное звание присваивается с учётом образования служащего и стажа работы в таможенных органах.

Служащие таможенных органов могут поощряться: за успешное исполнение обязанностей, за общественно-полезные дела, за проявление инициативы, за отвагу и высокий профессионализм, за безупречную длительную работу.

Поощрения бывает формальными и неформальными. Формальные поощрения (с занесением в трудовую книжку) постановляются приказами. К ним относятся: объявление благодарности, вручение ценного подарка, выдача премии, вручение почетной грамоты, занесение в Книгу или на Доску Почета, присвоение звания «лучший работник», нагрудный знак - отличник или почетный, досрочное присвоение специального звания.

Среди ведущих факторов, которые мешают продуктивному труду госслужащих, можно отметить следующие: отсутствие подчиненности к оплате труда от реального результата; низкий уровень материального обеспечения труда; низкий уровень кадрового обеспечения работников; низкий уровень кадрового обеспечения работников; дефицит механизма должностного роста; поручение лишних многофункциональных обязанностей, сверхурочные нагрузки. незанятые резервы увеличения производительности труда. Государственные служащие сталкиваются с отсутствием оплаты за фактические результаты труда, низким профессионализмом персонала, низким уровнем материально-технических снабжений работников, невысоким уровнем материально технического обеспечения работников., добавочными сверхурочными нагрузками и отсутствием механизма должностного роста.

Выше перечисленные причины указывают на то, что созданная концепция мотивировки в ФТС не является эффективной и имеется ряд проблем, требующих немедленного решения.

Таким образом, роль мотивации в системе управления Федеральной таможенной службой значительно возрастает, поскольку сегодня она является важнейшей стратегической целью для нашей

страны, выполняет такие функции, как осуществление таможенного контроля, обеспечение запретов и ограничений на ввозимые и вывозимые товары, сохранение таможенной статистики, сбор налогов и таможенных пошлин.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Таможенный кодекс Российской Федерации
2. Волков О.И., Елизаров Ю.Ф. и др. Экономика предприятия. - М., 2007г., с.165ru.wikipedia.org
3. «Управление персоналом организации: Учебник/Под ред. А.Я. Кибанова. - М.: ИНФРА-М, 2010г., с.503
4. Повышение мотивации труда государственных служащих// Кадровик, 2009, №3

УДК 005.6

Шаповалова Е.В., Антибура Д.В.

Научный руководитель: Петимко А.М., канд. техн. наук, доц.

Белгородский государственный технологический университет

им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия

МЕНЕДЖМЕНТ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА

Каждая компания работает на производство качественных товаров или предлагаемых услуг. Чтобы предприятию было проще двигаться к поставленным целям, необходимо пользоваться менеджментом, которые позволяет не только повысить общий уровень конкурентоспособности предприятия, сформировать деловую репутацию компании, но также найти новые способы организации рабочего процесса.

Качество является основой конкурентоспособности предприятия, при этом существуют современные базовые стандарты, представленные на (рисунок 1).

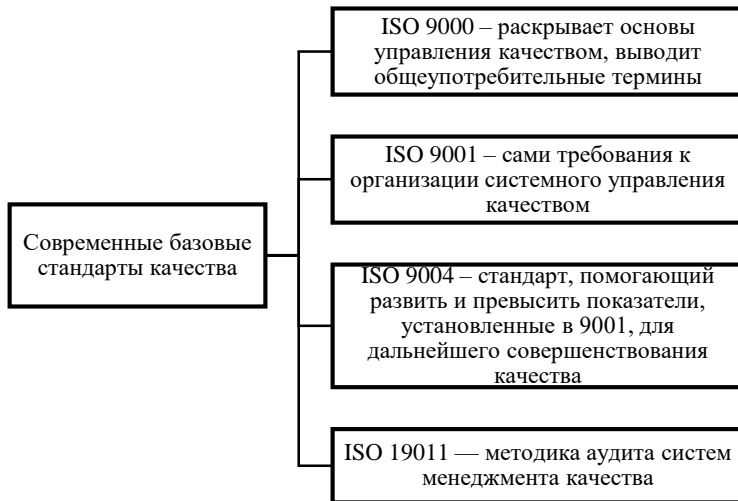


Рис. 1 Современные базовые стандарты качества [5]

Если говорить простыми словами, то менеджмент – это система управления, которая использует современные технологии, методы, формы и принципы управления. Он направлен на повышение эффективности работы различных структурных подразделений или предприятий в целом [3].

Существует 5 основных методов менеджмента качества, это те приемы, которые позволяют достичь поставленные цели в области управления качеством (рисунок 2).



Рис. 2 Методы менеджмента качества [4]

Для того чтобы внедрить на предприятии систему менеджмента качества, соответствующую международным стандартам, необходимо принять ряд мер, предусмотренных установленными стандартами. Для того чтобы ИСО прочно вошла в деловую жизнь «с нуля», требуется от шести месяцев до 18 месяцев [1,2].

Практически все предприятия под влиянием изменений во внешней экономической среде сталкиваются с необходимостью немедленного и соответствующего изменения своей структуры и функций. Его конкурентоспособность, а, следовательно, и жизнеспособность, напрямую зависит от компетентности предприятия. Таким образом, реструктуризация в настоящее время является признанным рыночным инструментом повышения конкурентоспособности предприятий.

Среди основных методов менеджмента, способствующих повышению уровня качества можно выделить [3]:

1) Реинжиниринг бизнес-процессов, под которым понимают фундаментальное переосмысление и перепроектирование бизнес-процессов, однако, данный метод является долгосрочным, его практически невозможно выполнить в сжатые сроки;

2) Реструктуризация предприятий и компаний. Её главной целью является улучшение качественных показателей деятельности предприятия и компаний за счёт реформирования системы организации и управления;

3) Метод «точно вовремя», означает производственную систему, в которой материалы, полуфабрикаты, детали и все ресурсы, необходимые для производства, доставляются точно в срок и в количествах, необходимых для немедленного выполнения всех работ на всех производственных объектах и производства продукции в соответствии с производственной программой. Хотя идея такого производства проста и его преимущества вполне очевидны, до недавнего времени она была недоступна большинству;

4) Управление знаниями. Знания – это двигатель прогресса. В рамках данного метода процессы и решения разрабатываются и внедряются, как организация приобретает опыт, навыки у персонала и из других источников, в том числе внешних, и использует накопленные интеллектуальные навыки для повышения эффективности, результативности и адаптивности деятельности организации. Формально управление знаниями можно определить, как совокупность стратегических и оперативных усилий, направленных на увеличение и улучшение использования интеллектуального капитала организации с целью повышения эффективности (прибыльности) деятельности;

5) Анализ данных, где главная цель состоит в выявлении скрытых правил и закономерностей в наборе данных. Современные технологии интеллектуального анализа данных извлекают информацию для автоматического поиска характерных паттернов (моделей) определенных разнородных многомерных фрагментов данных. В отличие от быстрой обработки данных в интеллектуальном анализе данных, задача формулирования гипотез и выявления необычных закономерностей перешла от людей к компьютерам.

6) Функционально-стоимостной анализ (ФСА) – это метод определения стоимости и других характеристик изделий, услуг и потребителей, использующих в качестве основы функции и ресурсы, задействованные в производстве, маркетинге, продаже, доставке,

технической поддержке, оказании услуг, обслуживании клиентов, а также обеспечении качества.

7) Управление персоналом. Данный метод предполагает подбор качественного персонала, способного выполнять сложные, многофункциональные задачи, а также оптимально использовать свои ресурсы.

Таким образом, можно сделать вывод, что управление качеством является сложной проблемой, с которой сталкивается каждый руководитель, однако, благодаря менеджменту процессы управления качеством позволяют добиться эффективного управления различными ресурсами с использованием современных методов, техник и технологий управления.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гусева Е.А., Майзель А.И. Менеджмент и пандемия: проблемы и перспективы // Известия СПбГЭУ. 2022. №1 (133). С. 154-159.

2. Маркелова Ю.В., Вагапова Р.И. Роль менеджмента в стратегическом менеджменте // Международный журнал гуманитарных и особых наук. 2022. №2-1. С. 162-166.

3. Менеджмент, как средство повышения качества [Электронный ресурс] URL: <https://www.freepapers.ru/83/menedzhment-kak-sredstvo-povysheniya-kachestva/192084.1152988.list1.html> (дата обращения на сайт: 11.05.2022)

4. Что такое управление качеством на предприятии [Электронный ресурс] URL: <https://assistentus.ru/vedenie-biznesa/upravleniye-kachestvom-na-predpriyatii/> (дата обращения на сайт: 11.05.2022)

5. Шамахов В. А. О международных сопоставлениях и качестве управления // Управленческое консультирование. 2022. №1 (157). С.8-10.

6. Щетинина, Е. Д. Теория и практика менеджмента и маркетинга в современных условиях / Е. Д. Щетинина, А. М. Петимко, Ю. Г. Белозерова // Международная научно-техническая конференция молодых ученых. Исследования и инновации в ВУЗЕ : избр. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2013. - С. 359 - 361.

УДК 666.94:621.926

Шаповалова Е.В.

*Научный руководитель: Дубино Н.В., канд. экон. наук, доц.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

ИССЛЕДОВАНИЕ ГЕНДЕРНЫХ РАЗЛИЧИЙ В УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В любом обществе на всех этапах развития существовала проблема так называемого «гендера», и важно отметить, что этот термин в данном случае обозначал именно различия между социальными особенностями личностей разного пола. Столетиями строились стереотипы о различии понятий «мужское» и «женское», о поведении, образе жизни, типе темперамента, образах, присущих тому или другому полу. Все больше и больше претерпевают изменениям роли женщины и мужчины, как в обычной жизни, так и в управлении.

При рассмотрении Конституции РФ мужчины и женщины в нашей стране имеют равнозначные права и обязанности, но в реальной жизни все совсем по-другому. Большинство работодателей при приеме на работу в первую очередь обращают внимание на половозрастной фактор. В связи с этой проблемой большинству женщин приходится работать в не совсем перспективных компаниях и предприятиях. Проведем анализ данных российской статистики. (рис.1).

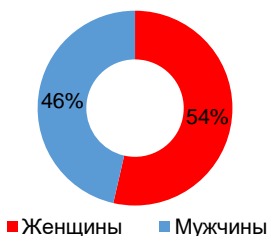


Рис. 1 Половой состав населения РФ, 2021 г., млн. чел.

Из данного рисунка мы можем сделать вывод о том, что количество женщин в нашей стране преобладает по сравнению с мужчинами на 10 млн., что не является критичным.

Влияние женщин в экономике России можно считать более-менее устойчивым. Количество работающих женщин в России не многим отличается от количества работающих мужчин. Это означает, что вклад женского труда в производство ощутим (рис. 2).

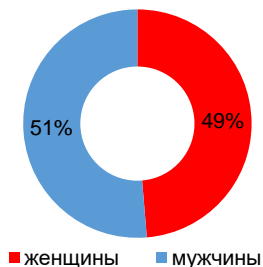


Рис. 2 Занятое население РФ по половому признаку, 2021 г.

Значительный перевес трудоустройства женщин находит себя в таких сферах, как деятельность в области здравоохранения и социальных услуг, образования. Мужчин же больше задействовано в области сельского хозяйства, государственного управления, строительства. Что касается сферы бизнеса и торговли, то мужчины здесь достигли больших высот, чем женщины, что свидетельствует в сложности коммуникативных аспектов разных полов. Гендерные же различия в оплате труда объясняются неравномерным распределением мужчин и женщин по предприятиям различных видов экономической деятельности (табл.1).

После рассмотрения базовых аспектов гендера в непосредственной занятости стоит проанализировать отличия в деловых коммуникациях. Между людьми произошли изменения на социальном уровне в коммуникациях: географическое местоположение перестало иметь какое-либо значение, общение частично, а в некоторых случаях и полностью, перешло в Интернет [1]. Выполняя одну и ту же профессиональную деятельность, мужчины и женщины относятся к ней по-разному.

Таблица 1 – Средняя начисленная заработная плата за ноябрь 2020 г., руб.

Отрасль	Женщины	Мужчины	Отношение заработной платы женщин к заработной плате мужчин в %.
Добыча полезных ископаемых	61 247	80 663	75,9%

Деятельность в области информации и связи	53 887	78 980	68,2%
Деятельность профессиональная, научная	55 187	77 719	71,0%
Строительство	53 296	61 263	87,0%
Транспортировка и хранение	41 431	55 943	74,1%
Торговля и бизнес	41 160	52 500	77,5%

Женщины чаще воспринимают карьеру как самореализацию, а мужчины относятся к карьере как к престижной должности. Например, большинство лидеров-мужчин чаще всего выбирают более агрессивный метод управления, тем самым подчиняя себе весь коллектив. А женщины более склонны к социальному партнерству, то есть повышают самооценку сотрудников, делят власть.

Довольно часто встречается такой пример, когда новый руководитель-мужчина достигает значительных результатов в эффективности компании, но при этом полностью отдаляет от себя всех женщин, работающих в этой компании. В краткосрочном периоде они либо увольняются, либо выражают свое негодование лично, отказываются работать под таким начальством. Нередко так происходит повышение статуса компании, однако неприязнь со стороны женщин может привести к усилению напряженности в коллективе, это негативно скажется на производительности труда и удовлетворенности работой. Когда работа происходит в одной команде с женщинами, мужчины добьются гораздо больших успехов, если не будут забывать, что необходимо сохранять взаимную поддержку и взаимное уважение. Рассмотрим отличительные особенности в гендерных различиях в менеджменте (табл.2).

Таблица 2 – Гендерные отличия в управленческой деятельности (психологические различия между мужчинами и женщинами)

Характеристика	Мужчины	Женщины
Способ преодоления препятствий	Сила, интеллект	Ловкость, хитрость
Реакция на критику	Агрессивная	Спокойная
Отношения к подчиненным	Прямолинейное	Гибкое
Уровень наблюдения	Пониженный	Повышенный
Объект внимания	Содержание	Форма

Подавляющий тип мышления	Словесно-логическое	Наглядно-действенное
Форма поведения	Сдержанное	Эмоциональное
Отношение к внешней среде	Реалистичное	Идеализированное
Характер	Замкнутый	Открытый
Потребность в эмоциональном поощрении	Пониженный	Повышенный
Ориентация на проблемы	Перспективная	Текущая

Многие характеристики в этой таблице ясно указывают на то, что женщины в некоторых случаях имеют явное преимущество для успешного управления. Если руководители-мужчины чаще всего используют агрессивный подход в процессе управления организацией, подчиня коллектив себе, и выступают главными явными лидерами, единолично концентрируя власть. А женщины более склонны к социальному партнерству, они стремятся к профессиональному развитию и самоуважению сотрудников, разделению власти.

Также нельзя упускать такую важную отличительную черту, как «ситуативный» характер женского управления. В отличие от мужчины, женщина-руководитель эффективно реализует не только стратегии выживания, но и стратегии организационного развития компании. Она склоняется к тому, чтобы организационно выстраивать более сложные отношения с коллегами и партнерами, избегая при этом ненадежных договоренностей и нечистых сделок. Еще существует прямая зависимость между финансовой и организационной эффективностью компаний и присутствием женщин в топ-менеджменте. Из анализа результатов исследования на основе двух масштабных опросов, которые проводила ведущая международная компания McKinsey & Company, где сначала оценивалось влияние женщин-руководителей на эффективность организационной модели компании, а после определялось, есть ли зависимость между наличием в компании женщин-топ-менеджеров и ее финансовыми результатами, следует, что наличие женщин на руководящих должностях положительно влияет на результаты деятельности большинства предприятий.

Проанализировав статистические данные и теории управления женщин и мужчин, были сделаны следующие выводы:

— Политика компании в отношении женщин стала максимально антилояльной;

— Большинство руководителей-мужчин, работающих под руководством женщин, довольны женским руководством и не хотели бы смены руководства;

— Женщины охотнее используют либеральный стиль правления, а мужчины предпочитают демократический и авторитарный;

— Мужчины в стиле руководства преимущественно склонны к директивному компоненту, женщины – к коллегиальному;

— Женщины, в отличие от мужчин, уделяют большое внимание межличностным отношениям внутри коллектива в процессе управления;

— Женщина-лидер чаще использует пошаговую трансформацию, т.е. чаще руководствуется тактическим, а не стратегическим планированием;

— Женщины более склонны к участию в конфликтах, они не могут долго держать в себе негативные эмоции и решают выплеснуть их в окружающую среду, но при этом «мягко» выходят из конфликтной ситуации;

— Мужская мотивация к труду принципиально отличается от женской; разные группы потребностей имеют разное значение как для мужчин, так и для женщин;

— Женский стиль управления характеризуется повышенной эмоциональностью; что в большинстве случаев мешает ей быть объективной и действовать конструктивно;

— При принятии решений женщина-руководитель несколько чаще опирается на свои ощущения и интуицию; небольшая гендерная разница в этом вопросе объясняется еще и тем, что «в то время как увеличение объема информации о проблеме может существенно помочь менеджерам среднего звена в принятии решений, представителям высшего эшелона власти все же приходится полагаться на интуитивные суждения»;

— Доля высокопоставленных женщин-руководителей на предприятии составляет около 22%, эти данные в два раза превышают ситуацию на конец 2021 г.

Таким образом, женщины-руководители добиваются успеха не в результате подражания мужскому стилю управления, а непосредственно с помощью своеобразного использования собственных способностей, реализации внутренних, присущих им качеств личности. Можно сказать, что мужчины и женщины по-разному

воспринимают ситуацию и по-разному позиционируют себя на рабочем месте. Существуют различия в представлениях, связанных с организационной структурой, методами, приемами и средствами, используемыми для решения задач, стилем управления. В целом женщины склонны думать, что организация функционирует хорошо, если все работают, как часть единого целого. Мужчины же уверены, что работу должен выполнять каждый самостоятельно, без чьей-либо помощи. Женщины также склонны быть более благосклонными и лояльными, в то время как мужчины могут быть агрессивными и резкими. Эти различия свидетельствуют о том, что для эффективного и полноценного функционирования компании, а также для улучшения ее результатов и финансовых показателей необходимо придерживаться гендерного баланса на руководящих должностях. Но несмотря на то, что многие руководители бизнеса осознают этот факт, таких методов придерживаются немногие. Среди крупного российского бизнеса до сих пор немало компаний, в руководящий состав которых вошли женщины. И необходимо переосмыслить текущую ситуацию в сфере гендерного менеджмента, разработать новую стратегию управления. Современным компаниям необходимо присмотреться к опыту организаций, сумевших создать корпоративную культуру, ориентированную на гендерный баланс, тем самым они могут обеспечить себе серьезное преимущество в конкурентной борьбе.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. 2021: крат. стат. сб. / Федеральная служба государственной статистики (Росстат).
2. Дубино Н.В., Артемова В.А. Социальные сети как инструмент рекламы // Белгородский экономический вестник. 2020. № 4 (100). С. 52-59.
3. Дурнева, М.Ю. Влияние социокультурных стандартов привлекательности на формирование отношения к телу и пищевого поведения у девушек подросткового и юношеского возраста / М.Ю.Дурнева, Т.А.Мешкова // Психологическая наука и образование. – 2013. – № 2. – С. 25-35
4. Филиппова, С.А. Мужская реальность: форматы мужского в современном мире / С.А.Филиппова // Журнал практического психолога. – 2014. – № 3. – С. 3- 20
5. Хацулева, А.А. Гендерно ориентированный подход в современной рекламе, или Женщины как объект рекламного воздействия // Творчество молодых – 2013: сборник науч. работ

студентов, магистрантов и аспирантов ГГУ им. Ф.Скорины: в 3 ч. Ч. 3.
– Гомель, 2013. – С. 182-184.

УДК 005.6

Шаповалова Е.В.

*Научный руководитель: Щетинина Е.Д., д-р экон. наук, проф.
Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

МАКРОМАРКЕТИНГ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННОЙ ВОЙНЫ И ЧАСТИЧНОЙ АВТАРКИИ

Чтобы полноценно изучить поставленную проблему необходимо разобраться с самими понятиями и рассмотреть, какова может быть практическая роль маркетинга в обеспечении устойчивости жизни, экономического и промышленного развития страны, когда выстраивается модель ее автаркического поведения и высокой степени независимости от импорта. Если более конкретно, мы хотим рассмотреть сущность, задачи, функции и методический инструментарий макромаркетинга.

Макромаркетинг - это совместные и согласованные действия компаний на рынке определенной продукции, цели которого распределить клиентов по рынку, улучшить продукт на рынке и закрепить естественным способом долю рынка.

Анализ исторического опыта показывает, что при жестких санкциях открываются окна различных возможностей, которые должен использовать менеджмент и маркетинг.

В данной статье макромаркетинг представляется как методологическая основа решения проблем устойчивого развития, учитывающая дуальность как товара, так и понятия устойчивости: количественный аспект (стоимость и другие квалиметрические параметры производства и потребления) и качественный – доступность благ, возможность выбора, равноправность, физическая и духовная удовлетворенность, счастье.

В период сложившийся ситуации у России есть множество возможностей в развитии отечественного производства. Если углубиться в рынок ресторанов быстрого питания, например, то можно насчитать более 100 российских компаний, занимающихся только приготовлением «быстрой еды». Больше половины посетителей выбирают лишь пару заведений, где постоянно питаются фаст фудом на

рисунке 1 можно увидеть самые посещаемые «отечественные» рестораны фаст фуда. [5].

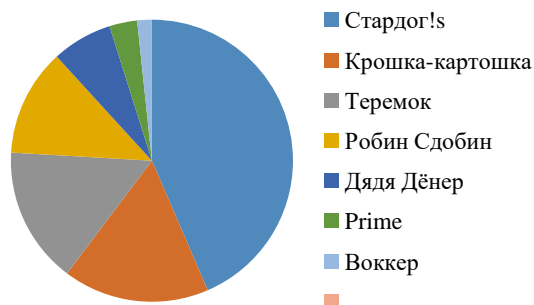


Рис. 1 Топ 10 Российских ресторанов быстрого питания.

Многие даже не подозревают, что привычному McDonald's может найтись замена на нашем рынке, которая сможет удовлетворить различные потребности. В результате «неузнаваемости» происходит закрытие потенциальных проектов и не полное удовлетворению потребностей потребителя. Так происходит на разных рынках. Время жесткой конкуренции и конфиденциальности ресурсов предприятия постепенно уходит в прошлое. Экономика предполагающая данный тип поведения организаций не совершенен. Концепция макромаркетинга или стратегия естественного отбора компенсирует недостатки смешанной экономики, создавая новый тип - рынок сотрудничества. Именно благодаря развитию макромаркетинга можно реализовать массу потенциальных проектов, которые смогут заменить нам привычные места для питания.

Макромаркетинг охватывает крупные объекты – отрасли и подотрасли, регионы, кластеры, имущественный и другие комплексы, инфраструктуру, стратегические сферы здравоохранения и образования, включая инклюзивные. Макромаркетинг необходим в национализирующихся отраслях – для планирования их модернизации, объемах производства и сбыта. Однако он неравнозначен отраслевому или регионально-территориальному, хотя отдельные их инструменты можно и нужно использовать и в макромаркетинге. [3].

Государство как третий субъект маркетинга наряду с производителями-продавцами и потребителями выполняет на рынке специфическую и дуалистическую роль. Не удовлетворяя непосредственно потребности индивидов и бизнеса, оно должно

регулировать этот процесс и оказывать содействие эффективному достижению компромисса интересов с минимальными затратами и ущербами для общества. Это обусловлено необходимостью рассматривать экономические, экологические и социальные процессы в единстве и взаимодействии. При этом государство в отличие от регионов и отдельных предприятий заинтересовано в сбалансированном функционировании экономики в целом. С другой стороны, государство можно рассматривать с точки зрения поставщика общественных благ, предоставления важных социальных услуг на рынке B2C (безопасность, пенсионное обеспечение, охрана окружающей среды и т.п.) и бизнес-услуг и ресурсов (рынок B2B). Иными словами, оно выступает как специфическое предприятие, удовлетворяющее ряд важнейших общественных потребностей. [1].

Учитывая сказанное, с нашей точки зрения, устойчивый макромаркетинг в современной России – это такая система маркетинга, которая должна обеспечивать нормальное потребление благ и услуг, относимых к первоочередным с точки зрения нужд общества. Основные задачи макромаркетинга делятся на две большие группы:

А) для рынка B2C:

- установление круга необходимых товаров, наличие которых должно быть обязательным в условиях тотального импортозамещения;
- определение объемов усредненного потребления и платежеспособной емкости по ведущим группам товаров/услуг;
- планирование ассортимента, производства и сбыта;
- установление диапазона оптимальных и гибких, категориально дифференцированных цен;
- изменение концепций, целей и форм рекламы, продвижения и стимулирования сбыта.

Б) для рынка B2B:

- воспроизводство основных фондов;
- устойчивая инфраструктура и коммуникации;
- развитие новейших технологий;
- производство оборудования и инфраструктуры для газификации и догазификации (140 отечественных предприятий);
- планирование и распределение специалистов-выпускников вузов;
- развитие широкой системы бизнес-услуг.

Функции макромаркетинга заключаются в следующем:

- изучение потребностей рынка С и рынка В, в том числе по услугам здравоохранения, отдыха, образования;
- ранжирование потребностей с выявлением приоритетных (спрос);

- определение необходимых объемов и наличия инвестиционных ресурсов и производственных мощностей (предложение);

- определение необходимой структуры кадров (маркетинг персонала) и их оптимальной подготовки.

Сегодня на уровне министерств начинается работа по созданию подразделений, которые выполняют те или другие функции маркетинга. Их задачи, методы деятельности и разработанные мероприятия будут отличаться от деятельности маркетинговых подразделений субъектов предпринимательства. В какой-то мере могут быть задействованы методы Госплана СССР. Но суть состоит не только в создании отдельных подразделений, а в переходе на маркетинговую концепцию государственного управления, которая предусматривает широкое использование маркетинговых методов на всех стадиях принятия и реализации управленческих решений. При этом в комплексе должны быть задействованы все рычаги государственного управления: правовые, организационные, финансовые и т.д. [5].

Итак, драйвером промышленного и социального развития санкционная война может стать при соблюдении ряда условий:

- неограниченный доступ российских производителей к ресурсам;
- оптимальные тарифы на энергоносители
- высокоточный маркетинг, а также макромаркетинг, на основе которого следует разработать общероссийскую схему размещения производительных сил в соответствии с первоочередными потребностями общества.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Государственный маркетинг как важный фактор совершенствования механизма управления социально-экономическими процессами в обществе// "Маркетинг в России и за рубежом" №4. 2005

2. Окландер М. О государственном маркетинговом регулировании // Экономика Украины. 2003. №4. С. 80-81.

3. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 328 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» — Режим доступа: [http:// www.consultant.ru/](http://www.consultant.ru/) Федеральная служба государственной статистики http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/importexchange/#

4. Таран, И. Н. Импортзамещение как фактор развития экономики России на современном этапе / И. Н. Таран. — Текст: непосредственный

// Молодой ученый. – 2018. – № 45 (231). - С. 96-98. — URL: <https://moluch.ru/archive/231/53689/> (дата обращения: 21.04.2022).

5. Топ-10 российских сетей фастфуда & стритфуда 2020. Режим доступа: <http://www.profastfood.ru/actual/detail/top-10-rossiyskikh-setey-fastfuda-stritfuda-2020/>

6. Черенков В.И., Карпова С.В., Таничев А.В. Маркетинг устойчивости и теория культуры потребления // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2020. – №3. – С.172–183. URL: <https://grebennikon.ru/article-drsl.html>

7. Щетинина, Е. Д. Маркетинг как источник акционерной стоимости / Е. Д. Щетинина // Вестник БГТУ им. В. Г. Шухова. - 2005. - N 12. - С. 334-336.

УДК 658.5.011

Шляпина О.Ю.

Научный руководитель: Черноситова Е.С., канд. техн. наук, доц.

Белгородский государственный технологический университет

им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия

ОЦЕНКА СТЕПЕНИ ВНЕДРЕНИЯ ПРИНЦИПОВ TQM В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Проблема качества в современном мире является одной из наиболее актуальных, поэтому внимание к данной категории безусловно растет. Качество услуг или продукции устанавливает преимущество на рынке, экономическую безопасность государства, во многом обеспечивает стабильное развитие цивилизации, защиту и сбережение окружающей среды, здоровья и благополучия человека.

Намерение активизировать производство товаров, конкурентоспособных на общемировых рынках, позволило инициировать создание новейшего общеорганизационного метода непрерывного повышения качества всех организационных процессов, производства и сервиса. Такой метод именуется как — всеобщее управление качеством (ВУК).

Total Quality Management — философия всеобщего управления качеством, успешно стартовавшая в Японии и США много лет назад. Свое развитие берет с практики присуждения наград компаниям, достигшим высокого качества производимой продукции.

Тотальное (всеобщее) управление качеством (Total Quality Management, TQM) — это такая бизнес – стратегия, которая направлена

на улучшение качества всех организационных процессов. TQM, в сущности, это основывающийся на фактах управляемый командный процесс, сконцентрированный и сфокусированный на заказчике и качестве. Концепция TQM заключается в организации работы компании, нацеленной не только на качество выпускаемой продукции или услуги, но и на качество работы в целом, включая работу персонала.

Непрерывное параллельное усовершенствование этих трех составляющих: качества организации процессов, качества продукции и уровня квалификации персонала — позволяет достигнуть более быстрого и эффективного развития бизнеса. Качество обуславливается такими категориями, как степень реализации требований клиентов, повышение удовлетворенности служащих компании своей работой и рост финансовых показателей организации.

Чтобы разработать перспективную политику развития, компания определяет свою стратегическую цель, для реализации которой применяется концепция TQM, направленная на планомерное достижение стратегической цели предприятия через постоянное улучшение работы.

Главной идеей в понятии «Всеобщее управление качеством» является нацеленность на удовлетворение потребностей клиента (заказчика) через выстроенный процесс достижения необходимого уровня качества и вовлеченность каждого сотрудника компании [1-3].

TQM — это модель управления и организации предприятия, успешно используемая десятилетиями компаниями по всему миру [4].

TQM успешно применяется правительственными организациями, внедряется во всевозможные сферы производства, используется в сфере обеспечения физического и нравственного здоровья человека и окружающей среды, в различных направлениях науки, в образовательных программах и в других учреждениях, в том числе и на пищевых предприятиях [5].

В качестве объекта исследования было взято предприятие по производству пива и пивных напитков., где внедрена концепция ВУК.

Концепция всеобщего управления качеством получила свою широкую известность благодаря работам Эдварда Деминга, который создал программу внедрения TQM [6]. Ее основой являются 14 принципов, которые мы рассмотрим в данной статье и оценим степень их реализации на предприятии по производству пива и пивных напитков.

Все принципы TQM взаимосвязаны друг с другом и ориентированы на удовлетворение существующих и ожидаемых запросов потребителей, и самое главное, формируют системный

подход, при котором любая система (производство) рассматривается как совокупность взаимосвязанных элементов, имеющая вход (ресурсы), выход (цель), связь с внешней средой и обратную связь. Внедрение принципов TQM позволяют компании сделать работу организации более эффективной.

Результаты оценки реализации принципов (пунктов) Деминга представлены в таблице №1 и в виде лепестковой диаграммы №1, где по осям отображены номера пунктов программы Деминга.

Таблица 1 – Оценка степени реализации 14 пунктов программы Деминга на предприятии по производству пива и пивных напитков.

№ п/п	Содержание	Оценка	Примечание
1	Формирование соответствия целей с планом повышения качества высшим руководством.	5	
2	Принятие новой философии качества (усвоение должностных обязанностей и придерживание требований).	5	
3	Устранение негативных мыслей от слишком частых инспекций и аудита качества. Цель инспекций - улучшение процессов и снижение затрат.	4	
4	Прекращение практики выбора поставщиков, основываясь исключительно на стоимости их товаров и услуг.	4	
5	Идентификация проблемы и организация непрерывной работы, чтобы улучшить систему контроля качества.	5	
6	Учреждение обучения. Внедрение современных методов формального обучения, особенно для новых сотрудников.	5	
7	Обучение и учреждение руководства.	5	
8	Искоренение страха на работе. Создание атмосферы доверия и новаторства, чтобы каждый	3	Присутствует страх в рабочем процессе, вызванный

	сотрудник мог эффективно работать на благо улучшения организации в целом.		количественными оценками качества работы.
9	Устранение преград и конкуренции между подразделениями.	5	
10	Исключение руководством пустых лозунгов и призывов к полному искоренению дефектов и ошибок, повышению продуктивности без предоставления работникам средств и описания методов достижения таких высот.	4	
11	Минимизация/оптимизация рабочих стандартов и количественных показателей на производстве.	1	Внедрены индивидуальные системы контроля - премиальные платы и штрафы.
12	Предоставление возможности сотрудникам гордиться своим мастерством.	4	
13	Стимуляция внедрения развёрнутых образовательных программ, программ пере- и повышения квалификации.	5	
14	Нацеливание каждого сотрудника на внесение пусть незначительных преобразований, но для улучшения всей компании.	4	

— Оценка степени реализации в баллах (от 1 до 5)

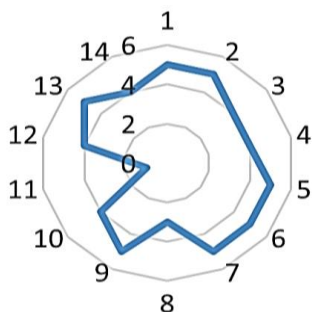


Рис. 1 Лепестковая диаграмма

Проведя анализ степени реализации принципов TQM на пивоваренной компании, можно сказать, что в организации удовлетворительно внедрены стандарты серии ISO 9000 и в достаточной степени реализованы принципы TQM, но некоторые внедряемые правила компании напрямую противоречат принципам TQM, а именно: внедрение индивидуальных систем контроля типа «наказание/награда» как, например, премиальные платы и штрафы. Причем в подразделении «Лаборатория» (где осуществляется контроль качества входного сырья, контроль реализации производственного процесса и контроль готовой продукции) система оценивания качества работы проводится сотрудниками, находящимися на одной ветке административного подчинения (сменными персоналом). В связи с этим сотрудник в течение рабочего дня будет нацелен не на выпуск качественной продукции и качестве рабочего процесса в целом, а на оценке его работы в конце рабочего дня коллегой-сменщиком. Тем самым работники на предприятии стремятся делать требуемое, чтобы получить эти хорошие оценки, не имеющие никакого отношения к качеству. А это, в свою очередь, ведет к недостижению целей и появлению страхов среди работников. Поэтому высшее руководство должно ставить повышение качества услуг выше, чем количественные показатели.

Необходимо исключить индивидуальные системы контроля типа «наказание/награда» как, например, премиальные платы и штрафы. Сотрудники не должны бояться вносить новые идеи, и организация должна терпимо относиться к неудачам, когда работники экспериментируют с новыми идеями.

Чтобы достижение целей не зависело только от стремлений (наград), менеджеры должны разработать методы повышения качества, а также привлечь руководство к помощи работникам в достижении их личных целей.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. ГОСТ Р ИСО 9001-2015 Системы менеджмента качества. Требования. - М.: Изд-во стандартов, 2015. - 21 с.
2. Шахова Л.Д., Черноситова Е.С. Статистические методы в системах менеджмента качества предприятий стройиндустрии // Качество и жизнь. 2005. № 5. С. 42-43.
3. Всеобщее управление качеством: Методические указания к выполнению курсовой работы для студентов направления подготовки

27.04.02 – Управление качеством/сост. Е.С. Черноситова. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2018. – 18 с.

4. Джордж, С. Всеобщее управление качеством / С. Джордж, А. Вай-мерскирх. - М.: Виктория плюс, 2014. - 256 с.

5. Багриновский К. А. Современные методы управления технологическим развитием / К.А. Багриновский, М.А. Бендилов, Е. Ю. Хрусталева. - М.: Российская политическая энциклопедия, 2016. - 272 с.

6. Системы, методы и инструменты менеджмента качества: учебник для студ. вузов / М. М. Кане [и др.]. - СПб.: ПИТЕР, 2008. -560 с.

УДК 65.011.8

Шубина М.А.

Научный руководитель: Юракова Т.Г., канд. техн. наук, доц.

*Белгородский государственный технологический университет
им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА С ПОМОЩЬЮ ВНЕДРЕНИЯ ПРИНЦИПА TOTAL PRODUCTIVE MAINTENANCE (TPM)

Главной задачей любого предприятия в ходе своей деятельности является достижение максимального получаемого дохода. При этом важно не только реализовать выпускаемую продукцию по выгодной цене, но и свести к минимуму затраты на ее производство, реализацию, то есть снизить себестоимость товара (услуги). Грамотно организованный процесс, отсутствие существенных потерь оказывают непосредственное влияние на снижение материальных и трудовых затрат. Производственный процесс – это взаимодействие рабочих и средств производства, в результате которого на выходе получается готовый продукт [1].

Total Productive Maintenance (TPM) является мощным инструментом повышения производительности на предприятии и частью системы управления проектами. Основной задача – достижение бесперебойной, совершенной работы производства, без остановок, поломок, брака и несчастных случаев.

Подход TPM подразумевает под собой перенос ответственности за оборудование на рабочих и стимулирует при этом вовлеченность производственного персонала в повышении производительности. При традиционном подходе уход за оборудованием и техническим обслуживанием возложен на сервисный персонал [2]. Преимуществами переноса части функций сервисного персонала операторам являются:

Во-первых, человек, который работает с оборудованием ежедневно, раньше других сможет заметить изменения в работе, а при достаточном уровне знаний и опыте выявить и возможно предотвратить поломку. Операторы станков – главный источник информации о техническом состоянии оборудования.

Во-вторых, играет роль моральная составляющая. Когда оператор будет заботиться о своем оборудовании, он будет вовлечен в идею бережливого производства, к высокой производительности и улучшению качества продукции.

ТРМ включает в себя следующее:

- всеобщий контроль качества;
- профилактическое обслуживание;
- вовлеченность персонала.

Подход всеобщего ухода за оборудование основан на системе «5С», целью которой является создание чистой организованной рабочей среды. Каждый работник должен придерживаться правил 5С на своем рабочем месте (рис.).



Рис. 1 Структурная схема «5С»

При производстве система ТРМ борется с потерями, связанными с оборудованием:

- поломки;
- установка, наладка;
- потери скорости;
- брак и переделка;
- пусковые потери.

Если же рассматривать техническое обслуживание оборудование шире, то в масштабах всего предприятия можно выделить следующие преимущества:

- повышение производительности цехов;
- повышение эффективности работы оборудования;
- снижение себестоимости производства;
- повышение качества продукции [3].

В таблице 1 рассмотрены семь основных принципов Total Productive Maintenance, а также результаты их внедрения.

Таблица 1 – Семь принципов ТРМ

Принцип	Результат внедрения
Автономное обслуживание. Ответственность за ежедневный уход (чистка, проверка) возложен на оператора.	-ответственное отношение к оборудованию; -оборудование всегда при уходе; -своевременное обнаружение проблем;
Плановое обслуживание. Обслуживание осуществляется по графику.	-снижение появления внеплановых простоев; -обслуживание оборудования во время простоя.
Качественное обслуживание. Предупреждение и выявление ошибок внедряется в производственный процесс. Повторяющиеся причины дефектов устраняются с помощью анализа коренных причин.	-снижение количества дефектов; -повышение качества с помощью устранения коренных причин дефектов; -снижение затрат в следствие раннего выявления дефектов.
Непрерывное улучшение. Совместная работа сотрудников для достижения регулярного и постепенного улучшения работы оборудования.	-быстрое выявление повторяющихся проблем; -сотрудники работают как единый двигатель постоянного улучшения.
Обучение сотрудников. Проведение тренингов, семинаров для сервисного персонала, операторов с целью заполнения пробелов в знаниях.	-сервисный персонал обучается новым техникам обслуживания, принципам ТРМ, развивается.
Безопасность, здоровья, окружающая среда. Создание на производстве безопасной и здоровой рабочей обстановки.	-ликвидация рисков для здоровья и безопасности; -отсутствие аварий на рабочих местах.

<p>ТРМ в офисах Техники ТРМ применяются к административным функциям.</p>	<p>-поддержка производства через улучшение работы административного персонала; -устранение потерь в административных функциях.</p>
--	--

Таким образом, внедрение программы ТРМ снижает потери, связанные с оборудованием: простои, брак, увеличение цикла, переналадки, доработка. После внедрения всеобщего ухода за оборудованием предприятие может достичь следующих показателей:

- повышение качества продукции;
- уменьшение расходов на техническое обслуживание оборудования;
- сокращения жалоб от потребителей;
- повышение производительности оборудования;
- сокращение объема внепланового ремонта;
- уменьшение времени простоев;
- рост удовлетворенности работой производственного персонала;
- снижение себестоимости производства;
- ликвидация (частичная либо вовсе полная) дефектов продукции;
- снижение аварийных ситуаций на производстве [4].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Кононова В.Ю. Модернизация производственных систем на российских промышленных предприятиях: современное состояние и перспективы / В.Ю. Кононова // Российский журнал менеджмента. - 2006. - № 4, Т. 4. - С. 119 -121 с.
2. Лобов Ф.М. Оперативное управление производством / Ф.М. Лобов – Ростов/Д: «Феникс», 2003. – 119 с.
3. Вумек Дж. Бережливое производство: Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании; Пер. с англ. – 5-е изд. – М.: Альпина Паблшерз, 2010. – 471с.
4. Черноситова, Е.С. Статистические методы контроля и управления качеством бизнес-процессов: методические рекомендации к выполнению курсового проекта/ сост.: Е.С. Черноситова, Т.Г. Юракова. - Белгород.: Изд-во БГТУ, 2017. - 30 с.

Шунина М.А.

*Научный руководитель: Горбачев А.М., канд. фил. наук, доц.
Северо – Кавказский федеральный университет, г. Ставрополь, Россия*

ПРОБЛЕМА ПСИХОЛОГИИ В РАБОТЕ РУКОВОДИТЕЛЯ

Формирование организации строится по двум основным элементам: руководство и исполняющий орган. Роль управленческого уровня за последние десятилетия значительно возросла. В настоящее время именно руководство является наиболее важной деталью в процессе построения модели успешной организации.

Функциональный менеджмент позволяет выделить основные структурные элементы организации и её характеристики: концепция управления и деловая стратегия руководства формирует среду для постановки и реализации целей организации. Последним занимается персонал – исполняющий орган исследуемой системы.

Однако немаловажным фактором создания эффективной области работы со стабильной коммуникационной системой является проблема психологии управления руководством.

1. Идеальная модель руководителя организации.

Для формирования успешной деятельности организации руководитель должен обладать рядом необходимых качеств, которые характеризуют его идеальную модель. Это личностные и социальные навыки, которые в данном обществе или в данной организации являются приоритетными. Среди них можно выделить следующие:

1. Умение генерирования и обработки информации для дальнейшего ее использования. Здесь необходимо проводить собственные исследования с целью обеспечения полноты знания о существе проблемы.

2. Коммуникационный навык, который включает в себя не только опыт межличностного общения, но и методы его построения. Этот фактор оказывает непосредственное влияние на функционирование организации. Работать как единый организм она будет в условиях, когда сотрудники выступают как «коллективный субъект деятельности» [4].

3. Позиция лидера. Она может быть выражена в социальном статусе руководителя, которые определяются в общественно признанных показателях (должность, звание, награды). Также лидер обычно имеет авторитет в существующей структуре. Под авторитетом стоит понимать гибкая адаптация к непредвиденным обстоятельствам.

И чем выше авторитет руководителя организации, тем больше шансов получить ответный отклик сотрудников в виде исполнительности и уважения.

Составляющими элементами силового баланса руководителя являются другие ресурсы: деньги, территория, время, число сторонников, связи, доступ к средствам массовой информации, знания.

4. Харизма, или личная сила. Она выражается в личностных характеристиках человека, который для большинства людей являются привлекательными и притягивают их внимание. Это интеллект, воля, юмор и прочее.

Многие исследователи выделяют и другие важные качества: «высокие моральные качества, ровный характер, развитые способности, нервно-психическая устойчивость, толерантность, нестандартное мышление, решительность, скромность, профессионализм и корпоративное чувство» [1].

Модель идеального руководителя может также быть разделена на 2 вида, который опирается на гендерные отличия: мужчина и женщина.

Эмпирические исследования в сфере психологии руководящего органа показывают, что для мужчин более характерен жесткий стиль менеджмента, который подразумевает превосходство руководителя над сотрудниками в конкретных аспектах, например, опыт, изобретательность, готовность к риску и т.д.

Женщины, занимающие руководящие роли в организациях, склонны к более мягкому стилю менеджмента. Он основан на стабильной дипломатии и социальном партнерстве, который применяется и к внутренним, и к внешним участникам деятельности. Прогнозирование и аналитика также чаще встречаются в стиле руководства женщин. Их влияние чаще всего распространяется через неформальную подсистему, на фоне выраженного стремления руководителя к реализации принципов межличностного лидерства [3].

Итак, в формировании модели руководителя важно учитывать стиль управления.

2. Стиль управления.

В современной системе функционального менеджмента выделяют 3 основных стиля управления. Они отражают различные индивидуально-психологические качества руководителя.

1. Авторитарный.

Этот стиль управления характерен для жесткой системы руководства.

В данном случае власть полностью находится в руках руководителя, который предоставляет информацию по своему

усмотрению. Он прибегает к отсеиванию слабых сотрудников и увеличению числа сильных, опытных. Изобретательность и инициатива со стороны персонала остается без ответа, это не является критерием оценивания работы сотрудников. Наибольшее внимание уделяется кадрам, которые легко коммуницируют с руководителем, устанавливают с ним определенную связь, позволяющую предугадывать идеи вышестоящего органа.

Руководитель задает заранее сформулированные задачи сотрудникам без права на рассмотрение вопросов в ином ключе.

Автократический стиль управления предполагает строгую иерархию и разделение обязанностей. Это позволяет минимизировать потери в организации и повысить скорость достижения поставленных целей. Однако атмосфера в коллективе в таком случае носит негативный характер, что неблагоприятно влияет и на психологический, и на практический факторы работы.

2. Демократический.

Этот стиль управления характерен для мягкой системы руководства.

Здесь приоритетным элементом в системе отношений руководителя и персонала является последний. Приветствуется инициатива коллектива, которая обеспечивает активное и равноправное участие всех кадров в работе организации. Постановки задач и целей данной компании также могут корректироваться сотрудниками, что повышает шанс получения успешного результата.

Руководитель старается быть максимально объективным к подчиненным, подчеркивая свою причастность к мнению коллектива. В отношениях с персоналом возникает чувство доверия и взаимопонимания. Это формирует комфортную обстановку в организации и настраивает работников на положительную деятельность. Авторитет руководителя подкрепляется личным авторитетом, который показывает его лучшие личностные черты.

Вопросы обсуждаются без строгих методов, то есть используется дипломатический подход. Он предполагает наличие компромиссов, где демократ старается убедить, доказать целесообразность решения проблемы, показать выгоды, которые могут получить сотрудники.

3. Либеральный.

Данный стиль руководства отличается полной свободой индивидуальных и коллективных решений сотрудников при одновременно минимальном участии руководителя, который, по существу, самоустраивается от руководящих функций. Обычно в такой роли выступают люди недостаточно компетентные, не уверенные в

прочности своего служебного положения. Менеджер-либерал обычно предпринимает какие-нибудь решительные действия только по указаниям вышестоящего руководства и стремится уклониться от ответственности за полученные неудовлетворительные результаты.

В организации, в которой трудится такой руководитель, важные вопросы часто решаются просто без его участия, поэтому в коллективе, возглавляемом этим менеджером, скорее всего, будет царить фамильярность. В стремлении приобрести и укрепить авторитет он способен предоставлять подчиненным различного рода льготы, выплачивать незаслуженные премии. Руководитель редко комментирует действия подчиненных и не пытается анализировать и регулировать ход событий. Во взаимоотношениях с подчиненными либерал корректен и вежлив, положительно реагирует на критику, нетребователен к сотрудникам и не любит контролировать их работу.

Такой руководитель не может отказать работнику, не чувствуя себя виноватым. Больше всего его волнует, что о нем думают сотрудники, и он всеми силами старается им понравиться. Либералы непринципиальны, могут под влиянием разных людей и обстоятельств изменять свое решение по одному и тому же вопросу. Такой руководитель может даже сам выполнить работу за нерадивого подчиненного, поскольку не любит и не хочет увольнять плохих работников. Главное для него — поддержание хороших отношений с подчиненными, а не результат работы.

Создается подобие семейной обстановки, в которой все дружат и чувствуют себя расслабленно. Психологический комфорт обволакивает работников и отодвигает на второй план дело. Пока все спокойно, коллектив, возможно, будет исправно функционировать. Но стоит возникнуть кризисной ситуации, при которой потребуются энергичные, дружные действия всей команды, — и хорошие личные отношения исчезнут. Деловых же отношений просто не было. Есть хорошее правило: на работе между менеджером и сотрудниками не может быть дружеских, панибратских отношений.

Выбор стиля управления задает направление для пути развития организации. Однако в любом случае руководитель будет оказывать влияние на окружающих. Результат этого воздействия может привести либо к успеху организации, либо к ее полному разрушению. Это обосновано тем, что под чьим-либо влиянием у конкретного субъекта происходит изменение его установок, намерений, представлений, оценок и поведения [5]. Так, если в авторитарном стиле управления внимание персоналу почти не уделяется, то есть вероятность, что

организация потеряет кадры, а недостаток сил – главный фактор крушения компаний.

По этой причине следует выделить основные факторы, которые формируют стабильную психологическую обстановку в организации.

1. Филтрация сильных и слабых сотрудников, отсеивание последних.

2. Инициатива персонала. Доступ к самовыражению, вследствие чего повышается шанс формирования более сильных кадров.

3. Приветствие реформ и нововведений, радикально меняющих направленность организации. При условии, что это приведет к успеху (прогноз общей ситуации).

Однако наиболее подходящим является смешанный стиль, в котором применение разных видов управления зависит от конкретной ситуации. Он позволяет решить возникающие проблема максимально оперативно.

Проблемы, которые возникают при отклонении от заданной модели управления и взаимодействия руководителя с персоналом, требуют немедленного решения. Организация может существовать при стабильной системе функционирования всех структур. Так, необходимо не допускать ситуаций сокращения большого количества персонала, ограничения ему доступа к инициативной деятельности, важно создавать комфортную обстановку для работы и взаимодействовать с сотрудниками.

Таким образом, руководитель – это важнейшее звено в системе функционального менеджмента. Большую роль в формировании идеальной модели руководителя, который способен привести к успеху организацию, играет психологическая сторона. Она непосредственно влияет на взаимодействие с внутренними и внешними участниками деятельности.

Так, проблема психологии в работе руководителя является одним из важнейших факторов, влияющих на формирование внутренней и окружающей среды организации.

Вопрос управления и функционального менеджмента исследуется учеными и экспертами до сих пор.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Анцупов А.Я., Шипилов А.И. Конфликтология: Учебник для вузов. – М.: Изд-во ЮНИТИ, 2000. – 551 с.

2. Бакирова Г.Х. Управление человеческими ресурсами. – СПб.: Изд-во «Речь», 2003. – 152 с.

3. Кови С.Р. Семь навыков высокоэффективных людей: Мощные инструменты развития личности. – М.: Изд-во Альпина Паблишер, 2012. – 382 с.

4. Совместная деятельность: методология, теория, практика / ред. А.Л. Журавлев, П.Н. Шихирев, Е.В. Шорохова. – М.: Изд-во «Наука», 1988. – 232 с.

5. Шейнов В.П. Психология лидерства, влияния, власти. – Минск: Изд-во «Харвест», 2008. – 656 с.