

2. Иванова А.Г. Внедрение систем экологического менеджмента на предприятиях РФ / А.Г. Иванова // Интерэкспо Гео-Сибирь. – Новосибирск: Сибирский государственный университет геосистем и технологий. 2011. – С. 50–55.

3. Славинский Д.А. Анализ новых международных требований к системам экологического менеджмента в контексте Российских условий / Д.А. Славинский // НИУ ИТМО: экономика и экологический менеджмент. – СПб.: Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики. 2015. – С. 335–341.

УДК 005; 005.72

Маг. И.А. Рябченко
Рук. Н.В. Сырейщикова
ЮУрГУ, Челябинск

РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ МИССИИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ОАО ЧЧЗ «МОЛНИЯ»

Часовая промышленность в России переживает трудные времена. Современные проблемы часовой промышленности имеют много общего с кризисными проявлениями в других отраслях: оборудование устарело как физически, так и морально, нет специалистов, разрыв хозяйственных цепочек между предприятиями Соединенных Независимых Государств не дает возможности производить полностью конечный продукт. Одна из причин, по которой часовая индустрия была хорошо развита в 90-е гг. – это ее отнесение к точному машиностроению, а значит, и к оборонной промышленности. По точности хода российские часы ничем не уступали швейцарским. В 1997 г. в связи с конверсией оборонных предприятий заказы от Минобороны практически перестали поступать, и многие часовые заводы, в том числе и ОАО ЧЧЗ «Молния», оказались на грани вымирания.

Сегодня ОАО ЧЧЗ «Молния» переживает свое второе рождение: сохраненное высокоточное производство позволило заводу вновь вернуться к производству часов специального назначения для российской армии. Но после достаточно долгого периода застоя предприятию необходимо адаптироваться к изменившимся рыночным условиям, которые предъявляют новые требования к качеству управления, характеру решаемых при этом задач, а также методам их решения. Основываясь на опыте отечественных и зарубежных специалистов, для адаптации в условиях рыночных отношений предприятию необходимо провести улучшение процесса стратегического управления предприятием.

Стратегическое управление является чрезвычайно важным для предприятий, которые сталкиваются с трудностями в осуществлении принципиально новых стратегий своего развития. В условиях жесткой конкурентной борьбы и быстро меняющейся ситуации предприятия должны не только концентрировать внимание на внутреннем состоянии дел, но и вырабатывать долгосрочную стратегию поведения, которая позволяла бы успевать за изменениями, происходящими во внешнем окружении. Ускорение изменений в окружающей среде, появление новых запросов и изменение позиций потребителей, рост конкуренции за ресурсы, широкая доступность современных технологий, изменение роли человеческих ресурсов, а также ряд других причин привели к резкому возрастанию значения стратегического управления [1].

Не существует стратегии, единой для всех предприятий, так же как не существует единого универсального стратегического управления. Каждое предприятие уникально в своем роде, поэтому и процесс выработки стратегии для каждого отдельного предприятия уникален, так как он зависит от позиции предприятия на рынке, динамики его развития, его потенциала, поведения конкурентов, состояния экономики, культурной среды и ещё многих факторов [2].

Для более успешного развития предприятия необходимо определение стратегических целей, исходной точкой которых является миссия предприятия. Поэтому очень существенным, а может быть, и самым важным решением в стратегическом управлении является проектирование миссии. В связи с этим НИР была посвящена такой актуальной теме, как разработка методики проектирования миссии предприятия.

Был проведен анализ подходов к разработке миссии, т. е. широкий и узкий подходы; системный подход Б. Нануса; модель «нейрологических уровней»; модель миссии Э. Кэмпбелла и С. Юнга (таблица) [2]. Было определено, что для решения проблем ОАО ЧЧЗ «Молния», связанных с отсутствием миссии, наиболее подходящим является узкий подход, т.к. именно узкозаданная миссия дает субъектам внешней среды общее представление о том, что собой представляет предприятие, к чему оно стремится и какие средства оно готово использовать в своей деятельности; способствует ли формированию единения внутри предприятия и созданию корпоративного духа за счет того, что делает ясными для сотрудников общую цель и смысл существования предприятия; повышает ли действенность управления за счет усиления определенности и организованности при выборе стратегии; повышает ли конкурентоспособность предприятия. Таким образом, для разработки миссии завода был выбран узкий подход.

При разработке миссии завода были проведены SWOT-анализ и PEST-анализ, позволившие определить ряд возможностей для решения внутренних проблем предприятия и ряд факторов, оказывающих положительное и негативное влияние на деятельность завода. Были обобщены предложения

исследователей по видам ценностных ориентаций, которые оказывают воздействие на принятие управленческих решений и связям этих ориентаций со специфическими типами целевых предпочтений [3].

Основные подходы к разработке миссии

Наименование	Суть подхода
Широкий подход	Миссия определяется в общих терминах без жесткой привязки к номенклатуре производимой продукции и группе потребителей.
Узкий подход	Миссия концентрирует стратегию на производстве ограниченной номенклатуры продукции, конкретных рыночных сегментах, группах потребителей или используемых стратегических путях достижения целей бизнеса.
Системный подход Б. Нануса	Состоит из ряда вопросов, отвечая на которые можно определить видение и разработать миссию предприятия
Модель «нейрологических уровней»	Состоит из шести уровней, каждый уровень модели организует информацию для нижестоящего уровня, отвечая поочередно на вопросы, вырабатывается миссия предприятия.
Модель Э. Кэмпбелла и С. Юнга	Включает в себя четыре основных компонента: предназначение, стратегию, нормы поведения и ценности, которые в совокупности и представляют миссию предприятия.

Был разработан процесс «Создание миссии предприятия»: составлен паспорт процесса, произведена его визуализация с помощью диаграммы последовательности и функциональной модели IDEF0; разработаны оценочные показатели процесса, выбрана расчетная модель и их критерии.

Для оценки изменений от внедрения миссии завода был выбран показатель эффективности стратегии (I_{eff}), определяемый по формуле

$$I_{eff} = \frac{(R2 + P2) - (R1 + P1)}{(R1 + P1)} 100 \%,$$

где $R1$ – рентабельность предприятия до внедрения миссии, руб.;

$P1$ – прибыль предприятия до внедрения миссии, руб.;

$R2$ – рентабельность предприятия после внедрения миссии, руб.;

$P2$ – прибыль предприятия после внедрения миссии, руб.

Был определен критерий: $I \geq 10 \%$, если I_{eff} меньше указанного значения, то эффект от внедрения миссии не существен.

Была разработана методика создания миссии предприятия, в которой определены подходы создания миссии, основные нормативные положения, ответственность персонала, дано описание процесса и блоки действий проведения PEST- и SWOT-анализов; даны определения видения и миссии предприятия; разработки стратегических целей, стратегии и их реализация.

В результате проведенной НИР достигнуто повышение объема продаж предприятия на 15 %. Результаты работы имеют практическую ценность и реализованы в условиях ОАО ЧЗ «Молния».

Библиографический список

1. Стратегический менеджмент / Под ред. А.Н. Петрова. – СПб.: Питер, 2010. – 496 с.
2. Ries E. The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses / E. Reis. – New York: Crown Business, 2011. – 336 p.
3. Кимличенко Н.В. Применение современных методов стратегического управления для обеспечения конкурентоспособности предприятия / Н.В. Кимличенко, Н.В. Сырейщикова // тр. Междун. молод. научн. конф. «XXXVI Гагаринские чтения». – М.: МАТИ, 2010. – С. 127–129.

УДК 338.001.36

Студ. А.В. Сипатова
Рук. С.Г. Сапегина
УГЛТУ, Екатеринбург

КАЧЕСТВО ЖИЗНИ: КРИТЕРИИ И ОЦЕНКА

Качество жизни является одной из важнейших социально-экономических категорий. Существует множество определений понятия «качество жизни». Например, Федоров Д.В. предполагает, что «качество жизни – это интегральная категория, характеризующая степень удовлетворения всего комплекса жизненных потребностей (материальных и духовных) на уровне общества и отдельного индивида с учетом существующих на данный момент ресурсных возможностей страны» [1]. Есть точка зрения, что понятие качества жизни тесно связано с ощущением человеком счастья [2]. Есть и иные мнения.

В таблице, представленной ниже, по данным информационно-аналитического портала «Гуманитарные технологии» проведено сравнение уровня качества жизни в Японии, Германии, Италии, Украине и России по нескольким показателям.

1. Средняя продолжительность жизни.
2. Коэффициент младенческой смертности – число умерших в возрасте до года на тысячу родившихся живыми.
3. Индекс социального прогресса.
 - 3.1. Уровень удовлетворения основных потребностей человека (питание, медицинская помощь, жилье, доступ к воде, электричеству, санитарным услугам, уровень личной безопасности).