УДК 658.5:658.18

А. М. Ажлуни,
С. А. Ковалева

О МЕТОДОЛОГИИ ВНЕДРЕНИЯ ПРИНЦИПОВ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА В КОНТЕКСТЕ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ КОМПЛЕКСОВ

Основополагающим базисом реализации концепции бережливого производства является система административного управления, обладающая способностью обеспечения непрерывности создания потоков ценности и их сглаживания, придающая надежность не только самому процессу преобразований, но и обеспечению их устойчивости в деятельности и развитии компаний, составляющих региональный предпринимательский комплекс.

В статье рассматривается влияние синтеза административного управления и концепции бережливого производства на развитие предприятий, как основы потенциального снижения всех видов потерь в создании потока ценности, важного и неотъемлемого элемента управления развитием РПК.

Ключевые слова: *система административного управления, бережливое производство, ключевые принципы административного управления как базиса внедрения бережливого производства, методология системы управления.*

UDK 658.5:658.18

A. M. Azhluni,
S. A. Kovaleva

ABOUT THE METHODOLOGY OF THE IMPLEMENTATION OF THE PRINCIPLES OF LEAN PRODUCTION IN THE CONTEXT OF MANAGING THE DEVELOPMENT OF REGIONAL BUSINESS COMPLEXES

The lean manufacturing realization concept is an administration management system, which provides values creation and cleaning process and adds confidence not only to the conversion process. It also secures the sound and stable development of companies which combine regional business complex.

The article is concerned with an administration management and lean manufacturing concept influence on the business development, as a basis of casualties level recession – the integral part of regional business complex management.

Key words: *administration management system, lean manufacturing, key principles of administration management as a basis of lean manufacturing introduction, management system concept.*

Анализируя современные условия функционирования системы административного управления, как основополагающей составляющей менеджмента организаций, обнаруживаем тенденцию, что все современные новации в управлении являются надстройкой на этом базисе.

Опыт зарубежных стран показывает, что на самом деле управление развивалось в следующем порядке: в начале во всех компаниях была внедрена и отлажена система административного управления (AMS), затем бережливое производство (Lean production), потом автоматизация системы административного управления путем внедрения ERP-систем, далее ввели сертификацию систем административного управления по стандартам ISO.

Таким образом, для российских компаний и корпораций, входящих в состав региональных предпринимательских комплексов, система административного управления должна быть первичной. Благодаря лишь данной системе организации начи-

нают функционировать с максимально возможной эффективностью. Поэтому менеджеры хозяйствующих субъектов в России должны понять, что все совершенствования управления в любых компаниях мира начинаются только после постановки и отладки системы административного управления.

В условиях посткризиса одним из важнейших аспектов реализации и адаптации зарубежного опыта к российским условиям является система административного управления на основе эффективного подхода в контексте бережливого производства.

Мы предлагаем определить понятие бережливого производства как прорывной подход к менеджменту и управлению качеством, обеспечивающий долговременную конкурентоспособность компаний, входящих в состав региональных предпринимательских комплексов без существенных капиталовложений. Как показывает опыт других стран с развитой рыночной экономикой, именно использование бережливого производства позволяет достигать выдающихся результатов. В настоящее время бережливое производство используется предприятиями в разных отраслях во многих странах мира.

Для отечественных предприятий в посткризисном периоде и в условиях дефицита инвестиций, ужесточения международной конкуренции и вступления России в ВТО система бережливого производства крайне актуальна, так как ее использование может существенно повысить конкурентоспособность производимых товаров и услуг без дорогостоящей модернизации оборудования.

Необходимо подчеркнуть, что все последователи Lean production (бережливого производства) об этом говорят. На Западе и в Азии утверждают, что, например, в таких отраслях, как металлургия или машиностроение, при использовании Lean production чаще всего не нужно закупать оборудование, менять материалы и технологии, нет необходимости даже компьютеризировать производственный процесс. В известном смысле ничего, кроме менеджмента, здесь не требуется.

В современных условиях реализация идеи «Бережливого производства» (Lean production) – это выявление и исключение из процесса производства всех лишних материальные ресурсов, действий и операции, которые прямо не участвуют в создании новой потребительной стоимости, что актуально для развития Российской экономики, особенно в постиндустриальном периоде, что отмечено в Стратегии 2020 развития России.

На наш взгляд, в российских компаниях для решения этой задачи менеджмента необходимо, во-первых, полностью систематизировать управление, во-вторых, ликвидировать хаос в организациях в связи с переходом экономики от отраслевой к корпоративной квалификации. Это означает необходимость решения всех организационных проблем, то есть менеджеры в корпорациях должны четко до деталей отладить весь процесс производства и решить проблему мотивации персонала на каждом рабочем месте. Эта, на наш взгляд, непростая задача может быть решена только в рамках системы административного управления, которая обладает, как мы отмечали в начале статьи, уникальным свойством. Это она существенно упрощает процесс управления, при этом заставляя организации, корпорации и даже предпринимателей работать с максимально возможной эффективностью.

Таким образом, чтобы производство было бережливым, чтобы предприятие выпускало продукцию (услуги) с минимально возможными затратами, необходима, прежде всего, отлаженная система административного управления, в основе которого должна лежать культура бережливого производства как сумма привычек людей, связанных с выполнением ими своей работы, которая вырастает из устойчивых систем бережливого управления. Другими словами, вначале российским менеджерам, управляющим, предпринимателям нужно внедрить систему административного управления (безопасную систему управления), только потом станет возможным и внедрение систем бережливого производства.

Поэтому, на основе вышеизложенного, мы считаем, в порядке вывода, что при организации бережливого производства, в целях максимально возможного снижения себестоимости товаров (услуг) и долговременного повышения конкурентоспособности любых компаний, система административного управления первична и строится на

основе следующих принципов: эффективное определение ценности с позиции потребителей (потребительский потенциал), поточное производство, пополнение израсходованных запасов, постоянное сокращение потерь, непрерывная борьба за совершенство, что является базисом методологии административного управления. Внедрение этих принципов позволит минимизировать издержки на производство и реализацию продукции, повысить ее конкурентоспособность на внутренних и внешних рынках и, как следствие, повысить устойчивость компаний в долгосрочной перспективе.

УДК 339.138:658.5

А. М. Ажлуни,
Н. Е. Поповичева,
Т. В. Алексеева,
Г. И. Щепетов

УПРАВЛЕНИЕ ФОРМИРОВАНИЕМ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ В АНТИКРИЗИСНОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

В статье, на основе исследований в рамках научной школы, дано определение процесса разработки маркетинговой стратегии для антикризисного управления. Выявлены особая значимость стратегии конкурентов, их преимущества, логика поведения на конкретном рынке (товарном, инвестиционном, финансовом, ресурсном). На основе исследований предлагается методика оценки эффективности реализации маркетинговой стратегии

Ключевые слова: *маркетинговая стратегия, антикризисный менеджмент, маркетинг, эффективность антикризисного менеджмента, эффективность маркетинговой стратегии в антикризисном менеджменте.*

UDK 339.138:658.5

A. M. Azhluni,
N. E. Popovicheva,
T. V. Alekseeva,
G. I. Shchepetov

MANAGEMENT OF FORMATION OF MARKETING STRATEGY IN THE ANTI-CRISIS MANAGEMENT

In the article on the basis of research in the framework of the scientific schools, the definition of the process to develop the marketing strategy for crisis management. There is a particular importance are the strategies of competitors, their advantages, the logic of behavior in a specific market (product, investment, financial, resource). On the basis of the research proposes a methodology of efficiency of realization of marketing strategy

Keywords: *marketing strategy, crisis management, marketing, the efficiency of anti-crisis management, the effectiveness of the marketing strategy in the anti-crisis management.*

В современных рыночных условиях важнейшим инструментом управления маркетинговым процессом является разработка маркетинговой стратегии в условиях антикризисного менеджмента. На наш взгляд, процесс разработки маркетинговой стратегии для антикризисного управления — сложная и многогранная работа, в значительной степени зависящая от конкретной ситуации. Стратегия управления рассматривается в условиях рыночных отношений как мощный управленческий инструментарий, с помощью которого современная организация противостоит меняющимся условиям внешней и внутренней среды.

На кафедре ведутся постоянные исследования в рамках научной школы по поиску современных методов, принципов и органи-