

- Стратегия существует на разных уровнях.
- Стратегия предполагает мыслительные процессы [2].

Формирование стратегии — сфера деятельности менеджеров при использовании концепции маркетинг менеджмента. Формирование стратегии - это и оценочный дизайн, и интуитивное предвидение, и обучение; это и трансформация, и постоянство.

Учитывая многообразие подходов к стратегии, Г. Минцберг дает пять различных толкований понятия «стратегия»: стратегия как план (plan), как ловкий прием (ploy), как принцип поведения (pattern of behaviour), как позиция (position in respect to others) и как перспектива (perspective).

Он пишет, что стратегия есть план, некий вид сознательно и намеренно разработанной последовательности действий, путеводная линия (или ряд таких линий), которой придерживаются в конкретной ситуации. Необходимо также определение, которое включало бы в себя и результативное поведение и согласно такому пониманию, стратегия - и заранее продуманная, и выстраивающаяся по ходу развития событий - есть некая последовательность в поведении. Четвертое понимание стратегии по Г. Минцбергу — это стратегия как позиция - соотношение организации с «внешней средой». Согласно такому пониманию, стратегия становится опосредствующей силой, или «посредником» между организацией и внешней средой. Согласно пятому определению стратегия - перспектива, и суть ее определяется не только избранной позицией, но и укоренившимся способом восприятия мира.

Список использованных источников

1. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика. — Спб.: Питер, 1999. — 560с.
2. Минцберг Г. и др. Школы стратегий /пер. с англ. под редакцией Ю.Н. Каптуревского. — Спб.: Питер, 2001. — 688с.
3. Попов С.А. Стратегическое управление: 17-модульная для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 4. — М.: «ИНФРА-М», 1999. — 304 с.

УДК 658.5

ОПТИМИЗАЦИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ ПРИ ПОМОЩИ ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТОИМОСТНОГО АНАЛИЗА

Д.А. Тараев, А.Ю. Петров, Ф.А. Петрице

Российский университет кооперации, Москва, Россия

Функционально-стоимостной анализ - это метод системного исследования функций объекта (изделия, процесса, структуры), например функционально-стоимостной анализ (ФСА).

Этот метод системного исследования функций объекта (изделия, процесса, структуры), направленный на минимизацию затрат в сферах проектирования, производства и эксплуатации объекта при сохранении (повышении) его качества и полезности.

ФСА относится к перспективным методам экономического анализа. В нем успешно используются передовые приемы и элементы инженерно-логического и экономического анализа. Отличительной особенностью этого метода является его высокая эффективность. Как показывает практика, при правильном применении ФСА снижение издержек производства обеспечивается в среднем на 20—25%.

Сущность такого подхода - рассмотрение объекта не в его конкретной форме, а как совокупность функций, которые он должен выполнять. Каждая из них анализируется с позиции возможных принципов и способов исполнения с помощью совокупности

специальных приемов. Оценка вариантов построения объекта производится по критерию, учитывающему степень выполнения и значимость функций, а также размер затрат, связанных с их реализацией на всех этапах жизненного цикла.

Функциональный подход заставляет изучать не только конкретные потребности заказчиков, но и глубже анализировать количественную и качественную стороны этих потребностей, перестраивать под них производство.

Функция в широком понимании - это назначение, работа, роль, обязанность, деятельность. В ФСА под функцией понимают внешнее проявление свойств какого-либо объекта в данной системе отношений.

Функции, выполненные объектом, могут быть подразделены на основные, вспомогательные и ненужные. Основные функции определяют назначение изделия. Вспомогательными являются функции, способствующие выполнению основных функций или дополняющие их. Ненужные функции не содействуют выполнению основного назначения конструкции, а напротив, ухудшают технические параметры или экономические показатели объекта.

Цель ФСА состоит в развитии полезных функций объекта при оптимальном соотношении между их значимостью для потребителя и затратами на их осуществление. Математически цель ФСА можно записать следующим образом:

$$\frac{З}{ПС} \Rightarrow \min \text{ или } \frac{ПС}{З} \Rightarrow \max$$

где ПС — совокупность потребительных свойств объекта; З — издержки на достижение необходимых потребительских свойств.

К сожалению, несмотря на имеющийся богатейший теоретический и практический опыт, в настоящее время на отечественных предприятиях методу ФСА должного внимания не уделяется.

Для проведения ФСА, на наш взгляд, необходимо создать рабочую группу, в состав которой входили бы специалисты различных профессий: инженеры, конструкторы, технологи, дизайнеры, производственники, финансисты, товароведы-эксперты, маркетологи, менеджеры, а также представители заказчиков (покупателей), поставщиков и смежников. В распоряжение группы необходимо представить всю информационную документацию об изделии: стандарты, технические условия, комплект конструкторской и технологической документации, данные об аналогах (проспекты, образцы), данные по рекламациям и браку, экономические показатели по изделию, отзывы покупателей о качестве выпускаемой продукции и др.

При проведении ФСА специалисты должны полностью абстрагироваться от реально существующего объекта, или принятого ранее решения, показать, что это решение не является и не может являться единственным, что даст широкий простор научно-техническому творчеству. При этом целесообразно было бы использовать наиболее эффективные методы прогнозирования на основе индивидуальной и коллективной экспертизы: "мозговая атака", синтетика (способ прогнозирования по аналогии); метод "Дельфы" (опрос по заранее подготовленным анкетам); АРИЗ (алгоритм решения изобретательных задач) и др.

До недавнего времени в исследовании стоимости материальных объектов основным, применяемым в течение многих десятилетий, был предметный подход. Специалисты, занятые проблемой снижения затрат, формулировали задачу следующим образом: как снизить затраты на данное изделие? Внимание концентрировалось на поиске лучших способов изготовления изделия в рамках уже принятого конструкторского решения. Однако предпринимаемые меры не всегда приводили к желаемым результатам. В некоторых случаях следствием этого подхода было даже ухудшение характеристик изделия, поскольку большая часть завышенных затрат оказывалась за пределами исследования и оставалась нетронутой.

При функциональном подходе специалисты, наоборот, должны отвлекаться от реальной конструкции анализируемой системы и сосредотачивать внимание на ее функциях. Для них исследуемый объект - комплекс функций, их совокупность. В этом случае изменится направление поиска путей снижения затрат.

УДК 3321:685

**ОБ ОСОБЕННОСТЯХ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ ПО
УДОВЛЕТВОРЕНИЮ СПРОСА НА ОСНОВНЫЕ ВИДЫ
ОБУВИ В ЮФО**

Ю.В. Торосян, В.Т. Прохоров

*ГОУ ВПО «Южно-Российский Государственный
Университет экономики и сервиса», г.Шахты, Россия*

Южный Федеральный округ занимал и занимает первое место по объему выпускаемой обувной продукции, но распределение выпуска обуви между субъектами ЮФО неравномерно. По данным статистики общий выпуск обуви в ЮФО в 2005 году составил 14 млн. 220 тыс. пар. Проведённые исследования показали, что при средней численности жителей региона в 23 млн. человек и наличие всего 11 основных обувных предприятий существует большой дефицит на отечественную обувную продукцию, т.е. на 1 жителя в регионе не производится и 1-ой пары обуви при средней потребности 4-5 пар на человека. В таблице ниже представлен выполненный нами расчёт дефицита по основным видам обуви по ЮФО Российской Федерации.

Таблица – Расчет дефицита по основным видам обуви

Субъекты ЮФО	Дефицит обуви, в год								
	мужская			женская			детская		
	тыс. пар	с учетом импорта (15)	Удовлетворённость потребности 1 человека, пар	тыс. пар	с учетом импорта (20%)	Удовлетворённость потребности 1 человека, пар	тыс. пар	с учетом импорта (10%)	Удовлетворённость потребности 1 человека, пар
Республика Адыгея	548	466	0,4	1140	912	0,2	512	461	0,4
Республика Дагестан	4032	3427	0,4	6540	5232	4,8	1896	1706	0,4
Республика Ингушетия	600	510	0,4	1218	974	0,2	492	443	0,4
Кабардино-Балкарская республика	1126	957	0,4	2373	1898	0,3	676	608	0,4
Республика Калмыкия	432	367	0,4	750	600	0,2	232	209	0,4
Карачаево-Черкесская Республика	664	564	0,4	1158	926	0,2	312	281	0,4
Республика Алания	984	836	0,4	1806	1445	0,21	640	576	0,4