

ЛИТЕРАТУРА

1. Гаврикова Н. А. Особенности управления качеством на российских предприятиях//Проблемы управления рыночной экономикой: межрегиональный сборник научных трудов/Под. ред. И.Е. Никулиной, Л.Р. Тухватулиной, Е.В., Стариковой. В 2-х томах: Т.1. -Томск: Изд-во ТПУ. -2014. -Вып. 15. -С. 16 -18.
2. Крымов С.В. Модели освоения углеводородных ресурсов в сложных природно-климатических условиях Ямала/С.В. Крымов, Н.А. Гаврикова// Региональная экономика: теория и практика. – 2008. - №20(77). – с. 7-12.
3. Официальный сайт открытого акционерного общества Ходинговая компания «Якутуголь». [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.yakutugol.ru/>, свободный – Загл. с экрана.
4. Официальный электронного научного журнала «Современные проблемы науки и образования». [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.science-education.ru/>, свободный – Загл. с экрана.
5. Хаперская А. В. /Возникновение необходимости создания нового экономического механизма в связи с появлением программ корпоративной социальной ответственности/ А. В. Хаперская, С. З. Мусина // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — № 1. — [6 с.]

БЕРЕЖЛИВОЕ ПРОИЗВОДСТВО И ВОЗМОЖНОСТЬ ВВЕДЕНИЯ ДАННОЙ КОНЦЕПЦИИ НА РОССИЙСКИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Е.Ю. Леонов

(г. Томск, Томский политехнический университет)

LEAN MANUFACTURING AND THE POSSIBILITY OF INTRODUCING IN THE RUSSIAN ENTERPRISES

E.Y. Leonov

(Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

The Lean approach is based on finding efficiencies and removing wasteful steps that don't add value to the end product. There's no need to reduce quality with lean manufacturing – the cuts are a result of finding better, more efficient ways of accomplishing the same tasks.

Keywords: Lean manufacturing, result, quality, product, tasks.

В настоящее время бережливое производство или просто ЛИН, является одной из самых востребованных тем среди российского производственного менеджмента. ToyotaMotorCorporation, которая не смотря на кризис и прогремевший некоторое время назад скандал с самопроизвольной акселерацией, не изменяет своим принципам и продолжает сохранять лидирующие позиции на рынке. Анализируя причины низкой конкурентоспособности российских предприятий, можно сказать, что главная проблема – неорганизованность. Именно она приносит более 60% потерь. Следовательно, чем выше потери, тем выше цена производимого товара. Конкурентное преимущество может быть обеспечено только высоким качеством, низкими издержками, гибкостью и надежностью поставок

В связи с чем, актуальность проблемной для российских предприятий становится низкая рентабельность, неэффективность процессов, низкий уровень организации производства, высокая себестоимость продукции. При попытке внедрения концепции ЛИН, руководители допускают ряд серьезных ошибок. Зачастую,

руководители ждут многозвенного результата, при этом не принимают во внимание необходимость постоянного и постепенного внедрения процесса.

Бережливое производство – это совокупность подходов, методов, направленные на снижение всех возможных издержек, следовательно, увеличение производительности. Данные инструменты ориентированы на производственную часть компании. При изменении производственной системы на базе принципов бережливого производства, сокращаются внутренние потери, такие как запасы, перемещения, следовательно, при этом высвобождаются люди, помещения, энергия. [1]

Совершенствование организации управления производством является одним из основных направлений решения многих задач на машиностроительных предприятиях. Поэтому, при внедрении данной концепции, подразумевается разработка новых принципов управления на основе постоянного уточнения реальной ценности продукта, непрерывной оптимизации потока создания ценности, обеспечения самой непрерывности потока создания ценности, формирования условий для «вытягивания» продукта потребителем. [2]

Десятилетняя практика ЛИН в России показала, что данный подход, несмотря на всю его открытость и доступность, достаточно сложно внедрить в работу какого-либо предприятия на постоянной основе. На практике показано, что большинство компаний допускают ряд ошибок при внедрении концепции на свое производство:

- во-первых, руководители компании ждут мгновенного результата;
- во-вторых, не принимают во внимание необходимость постоянного и постепенного внедрения данного процесса;
- в-третьих, игнорируют восточную сторону системы. [3]

При внедрении Бережливого производства компании также сталкиваются с рядом внешних и внутренних ограничительных факторов. Первым значимым внешним фактором является – это недостаток информации о применении концепции на практике. Различные информационные источники рассказывают об эффективности использования концепции на предприятии, но не раскрывают единой инструкции к ее внедрению и дальнейшему ее распространению на производстве. Еще один фактор – это отсутствие поддержки со стороны государства. [4] Многие компании не предоставляют условий для внедрения и распространения производственных систем, так как ждут помощи от государства. Основным внутренним фактором является, нежелание со стороны компании принимать, внедрять новые технологии на производство. Нежелание воспринимать информацию, не дает возможности предприятию развиваться, тормозит производственные процессы, мешая ему перейти на более высокий уровень. [5]

Многие зарубежные компании используют систему бережливого производства, видоизменяют ее под свои условия, сохраняя существенные черты. Из отечественных предприятий стоит отметить «Иркутский авиационный завод», практический опыт которого показал, что внедрение инструментов бережливого производства может в разы, а то и в десятки раз увеличить значения многих показателей деятельности предприятия. [6]

ЛИТЕРАТУРА

1. Д.П. Хоббс. Внедрение бережливого производства. Практическое руководство по оптимизации бизнеса, 2009. 350 с
2. Центр исследований и аналитики. «Производственные системы России», М. 2013
3. Зинченко С. П. «Внедрение концепции производственных систем в России: типичные препятствия и вызовы» — Альманах «Управление производством» № 1, март 2013.

4. Что такое бережливое производство? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.vcudmurtia.ru/events/lean/on_the_lean_production/ (дата обращения 15.04.2016).

5. Зурова Т., Мы ничего не производим // Эксперт. 2012. № 47(800). С. 19-23

6. Зарецкий М.Д. Промышленные технологии и инновации. Москва: Просвещение-ЮГ, 2013. 390 с.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ПОДБОРА КАДРОВ

К.В.Кузнецова
(г.Томск, НИ ТПУ)

INFORMATIONAL ASPECTS OF RECRUITMENT METHODS

K.V. Kuznetsova
(Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

Раскрыто понятие подбора персонала. Обозначены методы, которые относятся к пассивному подбору и активному подбору. Раскрыта сущность методов подбора персонала, таких как рекрутинг, хедхантинг, эксклюзивный поиск, прелиминаринг и скрининг. Рассмотрены особенности современного информационного рекрутинга.

This article is focused on the concept of recruitment. Methods that related to the selection of passive and active recruitment have been described. The essence of recruitment methods, such as recruiting, headhunting, exclusive search preliminaring and screening have been analyzed. Informational aspects of recruitment have been revealed.

Key words: recruitment , head hunting, executive search, preliminaring, screening.

Любые компании постоянно испытывают потребность в подборе новых сотрудников. То, какими методами будет осуществлен этот подбор, зависит от ряда причин, начиная с общего числа персонала и его текучести и заканчивая профессионализмом работника по подбору кадров.

Сам же подбор персонала представляет собой систему целенаправленных действий для привлечения кандидатов на работу, которые должны обладать качествами, необходимыми для достижения целей, которые ставит перед собой организация. То есть, это поиск, оценка и найм тех индивидов, которые умеют и желают работать, и плюс ко всему обладают нужными компетенциями и разделяют ценности компании. [1]

Для каждой организации необходимо выбрать именно те методы, которые могут быть применимы в ее условиях.

Вообще, методы можно отнести к двум группам подбора. Это *пассивный* подбор и *активный* подбор.

Пассивный поиск осуществляется посредством электронного метода, который представляет собой размещение объявления о вакансии на сайте самой компании. Они могут содержать в себе следующие сведения: характеристика должности, требования к соискателю, систему оплаты, льготы и стимулы, особенности процесса отбора (необходимые документы и сроки их подачи), адрес и контактные телефоны. Нужно отметить, что современный пассивный поиск не "стоит" на месте. Он постепенно вбирает в себя инструменты маркетинга и PR. Для того, чтобы был поток кандидатов, развивают бренд работодателя. То есть рассказывают о преимуществе работы в