

РОЛЬ СИСТЕМЫ КАЙДЗЕН В УПРАВЛЕНИИ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕМ

Е.В. Садченко, старший научный сотрудник

Н.С. Ничитайлова

На сегодняшний день в условиях конкуренции меняется как техническая, так и организационная стратегия экологизации предприятия. Кайдзен играет ведущую роль в реализации качества путем построения системы обеспечения качества товара, качества окружающей природной среды, оптимальной цены и оптимальных условий. Качество окружающей природной среды – это не только целостная, но и относительно устойчивая совокупность признаков, определяющая специфику данного предмета. Новые экономические условия требуют новой методологии экологизации предпринимательства: экологизации стратегии кайдзен.

В контексте кайдзен, менеджмент обладает двумя функциями: поддержка и улучшение. Поддержка относится к деятельности, направленной на соблюдение текущих стандартов в области технологий, менеджмента и поддержание этих стандартов путем обучения и дисциплины, поддерживайте и совершенствуйте стандарты. Кайдзен означает небольшие улучшения в результате осуществления усилий. При рассмотрении целей стратегии кайдзен приоритетными являются экологические направления.

На сегодняшний день, практически, нет исследований кайдзен стратегии с учетом экологических составляющих, кроме работ [1-6]. Экологическая стратегия кайдзен должна осуществляться в виде генеральных комплексных программ действий, которые позволят определить приоритетные для предприятия направления его развития, главные цели, а также средства, условия и оптимальное распределение ресурсов для их достижения. Экологическая стратегия кайдзен формулирует цели и основные пути их достижения, таким образом, что предприятия становятся заинтересованными сторонами в решении социо-эколого-экономических задач устойчивого развития. Так, экологическая стратегия кайдзен является долгосрочным плановым документом, результатом стратегического планирования, то есть это процесс осуществления совокупности систематизированных и взаимно согласованных работ по определению долгосрочных социо-эколого-экономических целей и направлений деятельности предприятия.

В кайдзен менеджменте, прежде всего, принимается стратегическое решение: определение направления работ. Принятие этого решения (замысла) определяет потребность в конкретной информационной базе. Далее принимаются тактические решения по выбору наилучшего пути достижения цели (и этим определяется потребность в соответствующей информационной базе) и, наконец, ежедневно принимаются оперативные решения конкретных инновационных вопросов по экологии.

Таким образом, роль информации базируется на принципе неразрывности триады: цели - потребности - базы (в это называется принципом 3В - по французски buts-besoins-bases).

В условиях рыночной экономики, характеризующейся наличием конкурентной среды во всех сферах деятельности, основными целями деятельности любого рыночного субъекта становятся обеспечение прибыльности и гибкости. Прибыльность достигается совершенствованием всех сфер производственно-хозяйственной деятельности субъекта, обеспечивающих минимизацию ущерба, наносимого природной среде и качеству жизни. Гибкость производства в плане совершенствования своего рабочего места и использование концепции кайдзен представляет процесс разрешения экологических проблем, обеспечивает экономико-экологическую эффективность функционирования субъекта, которая в конечном итоге в условиях рынка создает ему конкурентные преимущества. Они проявляются в удовлетворении запросов (в том числе экологических) потребителей, учитывающих рациональное использование природных ресурсов, а также сведение к минимуму отрицательного воздействия отходов (сбросов, выбросов) промышленности, сельского хозяйства, транспорта, коммунального хозяйства на окружающую среду, на воспроизводство растительного и животного мира, на условия жизни, труда и отдыха населения.

В последние два десятилетия борьба за качество, которая традиционно была предметом неослабевающего внимания в японских корпорациях, распространилась и на область управления затратами, где особое место занял кайдзен-костинг - простой и в то же время сложный инструмент снижения себестоимости и создания дружественной по отношению к человеку системы производства.

Рассматривая причины возникновения системы кайдзен-костинг, следует обратить внимание на заметно изменившийся в последние десятилетия облик бизнеса. Сегодня одним из главных

факторов успеха и конкурентоспособности компаний являются инновационные продукты. Производители во многих отраслях уже не могут продавать огромные партии стандартных изделий, полагаясь на относительно стабильные рынки и технологии. Современные рынки являются изменчивыми, а технологии прогрессируют очень быстро, что заставляет менеджеров использовать новые подходы к управлению, ориентируясь на поведение потребителей, и разрабатывать соответствующие инструменты планирования, измерения, учёта и контроля затрат, которые объединяются в систему управления затратами (cost management).

Если ранее традиционные методы управления и учёта затрат (например, стандарт-костинг) полностью оправдывали себя, то теперь многие специалисты считают, что настало время пересмотреть привычные подходы, которые не соответствуют требованиям современной конкурентной среды.

Одной из наиболее важных задач является модификация методологии учёта затрат и калькулирования себестоимости новых (инновационных) продуктов. Применение системы кайдзен-таргет-костинг является сегодня одним из наиболее перспективных путей решения этой задачи.

Преимущества такого подхода заключаются в том, что итеративный подход к разработке нового продукта обеспечивает поэтапное осмысление каждой детали, каждого аспекта касающегося себестоимости. Менеджеры и служащие, стремясь приблизиться к целевой себестоимости, часто находят новые, нестандартные решения в ситуациях, требующих инновационного мышления. Так же необходимость постоянно удерживать в голове целевую себестоимость ограждает инженеров от искушения применить более дорогостоящую технологию или материал, так как это неизбежно приведёт лишь к выходу на новый виток перепроектирования продукта.

Таким образом, весь производственный процесс, начиная с замысла нового продукта, приобретает инновационный характер, не выходя за рамки заранее установленных затратных ограничений.

Применение системы кайдзен-таргет-костинг технически не так уж сложно, чтобы стать невозможным для отечественных предприятий. Главная преграда состоит в другом: для успешного внедрения кайдзен-таргет-костинг в организации должно быть налажено тесное взаимодействие между разными подразделениями и работниками; коллектив должен быть единой командой, осведомлённой и воспринявшей цель своей совместной работы, действующей как единое целое. Разбалансированность внутреннего механизма, низкий уровень корпоративной культуры — главные признаки неблагополучной организации, в которой внедрение кайдзен-таргет-костинг практически с самого начала обречено на провал.

В результате анализа стратегии кайдзен можно сделать вывод, что наравне с инновационными стратегиями в области экономики природопользования следует развивать экологоориентированные стратегии кайдзен. А ведь кайдзен — ключ к успеху конкурентоспособности, поэтому можно сказать, что кайдзен с учетом экологических целей — ключ к конкурентному успеху экологизации предпринимательства.

Когда многократные изменения пробного проекта завершены и сметная себестоимость не превышает целевую, оформляется конечный вариант проекта, который передаётся в отдел производства. На протяжении первых месяцев производства фактические затраты, как правило, несколько превышают целевые из-за проблем, связанных с освоением новой модели, но затем, после выяснения причин отклонений и их ликвидации, всё приходит в норму.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Нічитайлова Н.С. Екологічна свідомість споживачів, як чинник формування вимог до екологічної якості товарів // Механізм регулювання економіки. - № 3 (48). - Т.2. - 2010. - С. 205-209.
2. Ничитайлова Н.С. Роль концепции кайдзен в совершенствовании экологического менеджмента в регионе // Проблемы регионального и муниципального управления. Сборник докладов международной научной конференции, апрель 2010 г. - М.: Российский государственный гуманитарный университет, 2010. - С.132-136.
3. Садченко Е.В. Сущность технологии кайдзен управления экологическими конфликтами / Е.В. Садченко, Н.С. Ничитайлова / Экологические конфликты в современной системе природопользования / под ред. д.е.н., проф. С.Н.Бобылева и к.е.н., доц. В.В. Сабадаша. - Сумы: Университетская книга. - 2010. - С. 242-251
4. Садченко Е.В. Экомаркетинговые стратегии «кайзен» // Механізм регулювання економіки. - № 4 (44). - Т.2. - 2009. - С. 107-114.
5. Садченко Е.В. Экологическая цель стратегии кайзен // Вісник Одеського національного університету. - Т.14. - Випуск 15. Економіка. - 2009. - С.119-130.
6. Садченко Е.В. Маркетинг стратегии «кайзен» для целей экологизации бизнеса // „Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу”: Збірник тез доповідей Третьої міжнародної науково-практичної конференції (1-3 жовтня 2009 року). - Суми: видавничо-виробниче підприємство „Мрія-1” ТОВ, - 2009. - С.188-193.