

**Министерство образования и науки РФ  
Томский государственный университет**

# **ИННОВАТИКА – 2010**

*Сборник материалов*

**VI Всероссийской научно-практической конференции  
студентов, аспирантов и молодых ученых  
с элементами научной школы**

*12–16 апреля 2010 г.  
г. Томск, Россия*

## **Т. 2**

Под ред. проф. А.Н. Солдатова, доц. С.Л. Минькова

**Организаторы:**

- Томский государственный университет
- Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники
- Российский государственный университет инновационных технологий и предпринимательства
- Сургутский государственный университет
- ООО «ЛИТТ»

При поддержке Администрации г. Томска и Томской области,  
Российского фонда фундаментальных исследований

**Томск  
2010**

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Кибанов А.Я.* Основы управления персоналом. М.: ИНФРА-М, 2003. 375 с.
2. *Мотивация и её влияние на производительность труда.* Режим доступа: <http://www.5ka.ru/66/28739/1.html>

# СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЕ: БЫТЬ ИЛИ НЕ БЫТЬ

*Е.В. Зубкова, Н.Г. Филонов*

Томский государственный университет  
[zubkovaek@mail.ru](mailto:zubkovaek@mail.ru)

Еще 20 лет назад в России никто бы и не задумался, что же такое система менеджмента качества, нужна ли она нашему предприятию, но сейчас этот вопрос становится все более и более актуальным. Тысячи крупных и малых фирм начинают разработку своей системы, руководства по качеству, политики в области качества. В данный момент в России введено множество премий в области качества, проводятся различные семинары, переквалификация и обучение сотрудников.

Как у малых, так и у крупных предприятий в процессе развития возникает самый главный, на наш взгляд, вопрос: а внедрять ли нам систему менеджмента качества?

По моему мнению, ответ на этот вопрос дать нелегко, ведь внедрение системы качества повлечет за собой тысячи изменений в организационной структуре, системе управления, системе производства, и вполне возможно увольнению ряда рабочих, которые при внедрении системы окажутся «ненужными». И, безусловно, появится ряд других вопросов, таких как, а целесообразно ли наше производство, правильно ли мы производим? Руководство многих заводов, крупных и малых предприятий скажет: «Мы не хотим ничего менять, нас устраивает так». Попробуем выяснить насколько же целесообразно внедрение системы менеджмента качества на российских предприятиях.

Приведем плюсы и минусы внедрения системы качества на крупных предприятиях.

Пожалуй, первым и главным плюсом будет повышение статуса вашей компании на международном и российском рынках. Наличие сертификата соответствия вашей системы качества стандарту серии ИСО 9000-2008 многим фирмам дает шанс выйти на международные рынки. Соответственно произойдет увеличение товарооборота в вашей фирме, повышение прибыли, а отсюда появление возможности расширять производство, внедрять что-то новое. Безусловно, произойдет и повышение вашей конкурентоспособности за счет того, что теперь ваш клиент может не сомневаться в качестве вашей продукции или услуги.

Вторым плюсом можно назвать повышение управляемости предприятия за счет прозрачности процессов, за счет того, что каждый сотрудник занимается своим делом, не происходит дублируемости процессов, повышается ответственность персонала и мн.др.

Несомненно, при внедрении системы менеджмента качества меняется и отношение руководства к своей работе, происходит переосмысление. Если раньше вы производили продукцию и с помощью принципов маркетинга искали пути сбыта, то теперь вы взаимодействуете со своими покупателями и изначально пытаетесь произвести нужную продукцию.

Не стоит забывать и о недостатках внедрения системы, можно сказать это не недостатки, а небольшие упущения менеджеров, которые могут привести к банкротству и развалу вашей фирмы. Пропаганда и реклама сертификации и системы менеджмента качества сделали недоброе дело: зачастую менеджеры считают, что это является сто процентной гарантией успеха вашей фирмы и ошибаются.

Первое из упущений – финансовая сторона данной процедуры. Процедура внедрения системы менеджмента качества и получения сертификата соответствия дорогостоящая, и не стоит об этом забывать. Для каждой компании это свои цифры, все зависит от того, какой орган по сертификации вы выберете, насколько готовы вы будете к данной процедуре, в каком изначально состоянии находится ваша система менеджмента качества.

Многие фирмы России столкнулись еще с одной проблемой: начав внедрять систему менеджмента качества, выяснилось, что производимая продукция не соответствует положенному по стандартам качеству, а система управления настолько засорена, что если перестраивать её, то намного быстрее и проще будет ликвидировать данную фирму и с нуля создавать новую. В этот момент мы сталкиваемся с полным непониманием и неодобрением со стороны персонала. С нежеланием делать

«лишнюю» работу, а главное выявлять и показывать проблемы вашего подразделения.

Также с персоналом может возникнуть еще одна проблема: формализм при внедрении стандартов, сочинительство документов и переусердствование при внедрении системы менеджмента качества. Необходимо помнить, что документированные процедуры нужно не просто создать, а заставить их «работать», ведь сами по себе документы бессмысленны.

А теперь рассмотрим целесообразность внедрения системы менеджмента качества в небольшой туристической фирме.

Необходимо учитывать, что наиболее важно при выборе туристической фирмы (по мнению западных экспертов):

1. Советы друзей и знакомых – 31,6%.
2. Цены – 26,7%.
3. Наличие лицензии, сертификатов – 18,1%.
4. Набор услуг – 15,6%.
5. Сроки и опыт работы на рынке – 14,8%.
6. Личный опыт общения с фирмой – 13%.
7. Советы специалистов – 11,3%.
8. Доброжелательность сотрудников – 8,8%.
9. Рейтинги туристских фирм – 4,7%.
10. Реклама – 3,7%.
11. Упоминание туристской фирмы в справочниках – 3,4%.
12. Хороший офис – 2,5%.
13. Удобное месторасположение – 2,5%.
14. Другое – 5,9%.

Любой туристической фирме необходимо стремиться, чтобы все эти показатели побуждали клиентов, готовящихся отправиться в путешествие, обратиться именно к ее услугам.

Как видим, наличие лицензии и сертификатов (допустим таких, как сертификат соответствия) является немаловажным аспектом при выборе туристической фирмы. Получение сертификата соответствия вашей системы менеджмента качества международным стандартам повысить ваш рейтинг, обязательно о вас упомянут в реестре туристических фирм и будут писать название вашей фирмы в журналах, связанных с качеством. Специалисты в этой области также будут считать вашу фирму лучше, поскольку у вас есть сертифицированная система менеджмента качества.

Из списка наиболее важных моментов при выборе туристической фирмы, только внедрением системы менеджмента качества мы можем похвалить значительные плюсы по многим показателям.

Увы, финансовые проблемы остаются и здесь. Руководство небольшой туристической фирмы просто отказывается выделять ставку для менеджера по качеству и, тем более, дополнительные средства для комиссии и органа по сертификации, без которых процедура не состоится.

Итак, система менеджмента качества в туристической фирме: быть или не быть? Наш ответ однозначен: быть, быть и еще раз быть. Даже при нехватке денежных средств, необходимо придерживаться Системы Менеджмента Качества, тогда с каждым годом фирма будет расти и совершенствоваться и наступит момент, когда финансовая сторона уже не будет являться главной проблемой при внедрении системы и фирма получит сертификат быстро и легко, т.к. система уже создана и успешно функционирует.

## **ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ – ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ**

*Е.В. Михалькова*

Томский государственный университет  
Zhenichka@sibmail.com

В современном мире ни один день человека не обходится без покупок. На первый взгляд может показаться, что приобрести тот или иной товар не составляет особого труда. Нынешний ассортимент очень разнообразен: есть из чего выбрать. Однако очень часто мы просто теряемся в изобилии товаров и подчас выбираем не совсем то, что нам было нужно [2]. Но существует проблема куда важнее и серьезнее, а именно то, что значительная часть товаров оказывается низкого качества, а иногда даже опасны для здоровья. Поэтому покупатель должен быть внимательным и точно знать, как выглядит нужный ему товар и как правильно его выбрать, при этом должна осуществляться поддержка государства, законодательно отстаивающая права потребителей.

Попробуем разобраться в том: кто такие потребители? Какие у них права? От чего, а может быть от кого, следует защищать потребителей? И проанализируем как складывается взаимодействие государства, производителей/продавцов и потребителей в России и за рубежом?