

7. Максимова М. З. Оценка неопределенности результата расчета индивидуального пожарного риска на примере общественного здания / М. Максимова, М. В. Стахеев, Г. А. Черкасский [и др.] // Пожаровзрывобезопасность. – 2012. – Т. 21. – № 4. – С. 41-45.

Сергей Мандыбура, Сергей Третьяков'

Sergey Mandybura, Sergey Tretyakov

**ПРОИЗВОДСТВО БЕРЕЗОВОЙ ФАНЕРЫ: КАЧЕСТВО, ПЕРСОНАЛ,
МАРКЕТИНГ**

BIRCH PLYWOOD PRODUCTION: QUALITY, PERSONNEL, MARKETING.

Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова, г. Архангельск

Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov, Arkhangelsk

В настоящей статье подробно рассмотрены вопросы производства березовой фанеры такие как политика предприятия в области управления качеством, политика предприятия по вопросу управления персоналом и рассмотрены вопросы маркетинговой политики предприятия.

This article discusses in detail the issues of birch plywood production, such as the company's policy in the field of quality management, the company's policy on personnel management, and issues of the company's marketing policy.

Ключевые слова: фанера, береза, производство, качество, персонал, маркетинг

Key words: plywood, birch, production, quality, personnel, marketing

В современных реалиях, наверное, не найдётся предприятия, для которого бы вопросы качества, персонала и маркетинга были бы не актуальными. Ещё некоторое время лесопромышленное предприятие могло не использовать понятия качества, персонал и маркетинг в своей работе, однако в настоящее время такое предприятие не сможет реализовать свою продукцию на рынке и в результате прекратит свою деятельность.

Для данной статьи было выбрано производство березовой фанеры не случайно. Так исторически сложилось что для Архангельской области важными являются несколько отраслей промышленности среди которых лидирующее положение занимает лесная

' Мандыбура С. – аспирант

Третьяков С. – канд. техн. наук, проф.

промышленность. В Архангельской области есть для этого всё: сырьевая база, производственная база и научно – исследовательская база. А если учесть, что Архангельская область является резидентом Арктической зоны Российской Федерации, то важность данной сферы начинает иметь международный уровень.

Как правило любое предприятие, которое занимается производством продукции из леса – совместное конкурентоспособное предприятие с достойной репутацией и большим потенциалом возможностей. Продукция предприятия отвечает международным требованиям, сертифицирована.

Оно является одним из лидеров продаж березовой фанеры на международном и внутреннем рынках.

Стратегические цели в области качества направлены на удовлетворение требований и ожиданий потребителей, постоянное улучшение менеджмента качества посредством:

- улучшение существующих технологических процессов;
- улучшения качества продукции за счет стабильности, повышения норм и критериев качества;
- обеспечении выпуска продукции в управляемых условиях;
- внедрения современных технологий производства;
- удовлетворение требований и ожиданий покупателя на основе разумного улучшения показателей качества продукции;
- разработки, внедрения и сертификации системы менеджмента качества на соответствие требованиям ISO 9001:2000;
- формирования у персонала нового мышления о качестве: «Каждый сотрудник предприятия должен выполнить работу качественно и с первого раза»;
- мотивация персонала к качеству работ путем повышения квалификации, профессионального роста;
- обеспечение социальных гарантий и достойной заработной платы.

Высшее руководство берет на себя обязательство следовать Политике в области качества, не принимать решений, противоречащих Политике, регулярно анализировать и повышать результативность системы менеджмента качества, информировать весь персонал завода о результатах деятельности в области менеджмента качества [1].

Высшее руководство всегда готово к рассмотрению любых деловых предложений и рассчитывает на взаимопонимание и поддержку персонала в области качества [2].

Численность персонала предприятия, которое занимается производством березовой фанеры может быть различна. Как правило она составляет то число, которое необходимо предприятию для выполнения поставленной задачи по производству готовой продукции.

В структуре персонала примерно 20 % составляют руководители, специалисты и служащие, основную долю 80 % составляют рабочие.

Примерный профессиональный состав сотрудников следующий:

- руководящий состав: руководители высшего и среднего звена;
- служащие: менеджеры, работники бухгалтерии, секретари;
- технический персонал: технологи, контролеры ОТК, учетчики, лаборанты, электрики, слесаря, водители, уборщицы.

По уровню образования ситуация на предприятиях не однородна: основную массу составляют люди, имеющие среднее профессиональное образование (как правило более половины от штатного количества), затем идут люди с высшим образованием (примерно 40%) и замыкают этот круг люди, которые имеют образование «до 9 классов». Данная ситуация является примерной и не относится к конкретному предприятию. Однако современные предприятия предпринимают все возможные усилия для того что бы повысить долю работников, имеющих высшее образование, и избавиться от категории людей, не имеющих среднего профессионального образования.

На предприятии значительную долю среди работающих занимают работники старше 40 лет, и даже достижение человеком пенсионного возраста не является помехой продолжению работы. Доля молодых работников невысока, но, несмотря на это, процесс смены кадров на предприятиях идет. Ежегодно трудовой коллектив обновляется почти в среднем на 10 %. Это обусловлено в первую очередь непрестижностью работы на заводе и уровнем заработной платы.

В процессе подбора персонала кадровая служба предприятия использует такие методы, как обращение в СМИ – информация о вакансиях, не требующих высокого уровня профессиональной подготовки, размещается в местном газетном СМИ, если же ведется набор специалистов высокой квалификации, отсутствующих в муниципальном образовании, то объявления размещают в СМИ других городов, районов и регионов.

Система морального и материального стимулирования

Стимулирование необходимо для эффективного выполнения намеченных работ. На заводе применяется моральные и материальные формы стимулирования.

К формам морального стимулирования относятся:

- присвоение звания «Почетный работник»;

- поощрение Почетной грамотой;
- присвоение звания Ветеран;
- поощрение Благодарственным письмом.

К формам материального стимулирования относятся:

- вознаграждения при выходе на пенсию;
- вознаграждения при достижении возраста 50 лет;
- премирование.

Перечень показателей и порядок применения форм материального и морального стимулирования регламентирован в Положении о премировании работников и коллективном договоре завода. Каждое предприятие, самостоятельно исходя из своих производственных интересов, разрабатывает для себя данные документы.

При стимулировании работников учитывается выполнение работ, влияющих на качество, результативное внедрение и функционирование, их личный вклад в улучшение качества процессов продукции, включая совершенствование деятельности предприятия.

Вопрос маркетинга разберем на примере предприятия, которое производит березовую фанеру – Акционерного общества «Архангельский фанерный завод». Оно представляет собой промышленный комплекс, располагающий современной инфраструктурой, отлаженной системой сбыта и снабжения, а также эффективной системой корпоративного управления, отвечающей самым высоким отраслевым стандартам.

Всю работу маркетинга выполняет отдел сбыта совместно с ОАО «Архбум», задачами которого являются:

- бесперебойное обеспечение производственного процесса сырьем, топливом и материалами, включая отечественное и импортное оборудование;
- исследование рынков сбыта и продажа готовой продукции на внутреннем и внешнем рынках.

– Поставщиками ОАО «Архбум» являются следующие предприятия Архангельского ЛПК:

- АО «Светлозерсклес», АО «Луковецкий ЛПХ» - 9 % объема заготовки и вывозки древесины по области (Холмогорский район);
- АО «Приозерный ЛПХ», АО «Иксинский ЛПХ», учреждение ОУ-250 – 9 % объема заготовки и вывозки древесины по области (Плесецкий район).

Данные поставщики развили сети лесовозных дорог и решили кадровые вопросы. В условиях кризиса 90-х годов происходило стремительное физическое старение парка основных технологических машин - трелевочных тракторов. Предприятие нашло

возможность массового обновления тракторной техники. Таким образом, со своей стороны они обеспечили бесперебойную поставку сырья на АО «Архангельский фанерный завод». В свою очередь, они вправе выдвигать реальные условия:

- заключение долгосрочного договора;
- регулярные заявки – обеспечение сырьем под полную загрузку мощностей;
- высокий уровень платежеспособности потребителей;
- требование своевременной оплаты за товар и частичная предоплата.

В 1993 году в Европе вступило в силу новое законодательство ЕЭС в области карантина растений. В рамках новых законов ставится вопрос о радиоактивном контроле за древесиной, в том числе и вывозимой из России, что становится серьезным препятствием для российского экспорта лесоматериалов. Поэтому важнейшей задачей для предприятия ЗАО «Архангельский фанерный завод» становится удержание занятых позиций на европейском рынке и в связи с этим, сертификация продукции.

Сертификат качества на продукцию – это гарантия выхода на внешний рынок, экологическая безопасность граждан, повышение конкурентоспособности на мировом рынке. Сертифицированная по показателям безопасности продукция ЗАО «Архангельский фанерный завод» оценивается на мировом рынке на 20 – 30 % дороже несертифицированной.

В современных условиях любое предприятие, чтобы успешно функционировало, должно уметь оценивать рынок и прогнозировать тенденции его развития, определять свои конкурентные позиции и преимущества и уметь их реализовывать, оно должно быть конкурентоспособным.

Автоматизация всех процессов, переход на новые технологии, замена морально и физически устаревшего оборудования – главные задачи предприятия [3].

Таким образом вопросы политики в области качества, управления персоналом и маркетинга имеют чрезвычайную важность для предприятия, которое занимается производством березовой фанеры.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ефимов, В. В. Основы обеспечения качества: учебное пособие/ В. В. Ефимов, М. В. Самсонова. – Ульяновск : УлГТУ, 2008. – 236 с.
2. Владимирова Т.М. Системы качества: учеб. пособие / Т.М. Владимирова – Архангельск Арханг. гос. техн. ун-т, 2008. – 120 с.
3. Свиткин М.З., Мацута В.Д., Рахлин К.М. Менеджмент качества и обеспечение качества продукции на основе международных стандартов ИСО. – СПб.: Изд-во СПб картфабрики ВСЕГЕИ, 1999. – 403 с.