

Весьма популярным действием при управлении такими кризисами является апелляция к третьей независимой стороне. Однако эффективность таких действий в значительной мере определяется уровнем общественного авторитета третьей стороны.

Кризисы управления, прямыми или косвенными причинами которых являются прошлые действия обладателя репутации, требуют немедленного подключения антикризисной команды для определения конкретных причин кризиса и действенных мер по борьбе с ними [1, с.45]. При этом чрезвычайно важно заблаговременно подготовить правила взаимодействия всех работников предприятия с заинтересованной аудиторией и четко проинструктировать персонал и тех членов команды, которые будут взаимодействовать со СМИ.

Итак, если антикризисному менеджеру в период кризиса в результате своих действий удастся оправдать позитивные ожидания целевой аудитории, то репутация компании не только не будет потеряна, но и заметно улучшится по сравнению с докризисным периодом.

Список литературы

1. Орлова М.Г. PR в антикризисном управлении. Учебное пособие. – Новосибирск: Изд-во СГУПС, 2011. 102 с.
2. Шамин И.И. Управление репутацией в период кризиса. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.btpr.ru/articles/11>

Е.Е. Митина

*Российский государственный профессионально-педагогический университет
г. Екатеринбург, Россия*

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Низкое качество материалов влечет за собой плохое качество продукции, нарушение графиков поставок ведет к простоям производства, а это, в свою

очередь, снижает уровень удовлетворенности спроса, что не может не сказаться на конкурентоспособности организации.

Промышленное предприятие при формировании цепи поставок должно максимально оптимизировать не только показатели поставки, но и показатели качества поставляемой продукции [4]. В основе оперативных закупок материальных ресурсов, во-первых, должны находиться процедуры оптимизации поставок, которые минимизируют затраты на приобретение и доставку сырья и материалов. Во-вторых, способы, которые обеспечивают необходимое качество закупаемых материалов.

Исторически сложилось так, что подразделения снабжения на промышленных предприятиях считали основным критерием эффективности своей деятельности цену закупаемого сырья [3].

Методы управления закупочной деятельностью, существующие сегодня на промышленных предприятиях, не в состоянии учесть современные тенденции развития экономики, которые выражаются в усилении логистической интеграции и необходимости скоординированного взаимодействия как с внешними партнерами, так и между различными подразделениями внутри организации [2].

Для оценки экономической эффективности предлагается использовать нижеперечисленные критерии:

- переговоры о снижении цены;
- применение метода увеличения прибыли путем увеличения объемов закупок;
- результаты деятельности по прошлым поставкам;
- отслеживание результатов деятельности по поставкам;
- требование наличия у поставщиков надежных качественных программ и акцент на постоянное улучшение [1].

Мониторинг этих пяти элементов позволяет экономистам отделов снабжения внести вклад в повышение конкурентоспособности промышленного предприятия. Все внимание сконцентрировано на создании конкурентоспособной закупочной базы, в которой поставщик получает положение наиболее выгодного клиента с точки зрения наличия возможностей. Итог - заключение со-

глашения о закупке, при котором выбран стратегически важный поставщик, а отношения с ним носят долговременный и устойчивый характер, который выгоден всем участникам процесса.

Список литературы

1. Король А.Н. Пути совершенствования управления закупками // Вестник ТОГУ, 2008, №2 (9), с. 120
2. Рогожкина Н.В. Использование логистических систем на промышленных предприятиях // Проблемы современной экономики, 2008, N 2 (26), с.164
3. Филатова Т.А. Оптимизационно-квалиметрическая модель закупок в сервисной организации // Проблемы современной экономики, 2012, N 4 (44), с. 240.
4. Шмилович М.Н. Авторский проект: Просто качество. [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.prostokachestvo.ru/index.php>.

Д.Ю. Мясников

*Российский государственный профессионально-педагогический университет
г. Екатеринбург, Россия*

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА СОЗДАНИЯ РЕКРЕАЦИОННОЙ ЗОНЫ ПРЕПРИЯТИЯ

Эффективность проекта – это отношение результатов к затратам. Важно на этапе формулирования целей проекта продумать и решить проблемы, которые могут возникнуть в процессе осуществления замысла. Главной задачей любого проекта является достижение максимальных результатов с минимально возможными издержками, с другой стороны получение максимального объёма продукции из данных ресурсов.

Инвестиционный проект создания рекреационной зоны несет общественно-социальное значение, а также экологическое. Этот проект решит задачи по сохранению и использованию объектов культурного наследия, привлечения частных инвестиций, развитие туристической инфраструктуры, развитие социальной инфраструктуры.