

- 4) Будьте хорошим слушателем. Поощряйте других говорить о себе;
- 5) Говорите на тему, интересующую вашего собеседника;
- 6) Убеждайте человека в его собственной значимости и делайте это искренне» [1, с. 106].

Таким образом, есть тонкая грань между эффективным манипулятивным влиянием и деструктивным. Манипуляция может помочь в решении деловых проблем обеим сторонам и не нести негативного воздействия, а может привести к потерям ресурсов (материальных, временных, психологических) со стороны манипулируемого, что может привести в дальнейшем к репутационным и экономическим издержкам манипулятора.

### **Библиографический список:**

1. *Карнеги Д.* «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. Как развивать уверенность в себе и добиться влияния на людей путем публичных выступлений. Как перестать беспокоиться и начать жить». М.: Попурри, 2014.
2. *Панкратов В.Н.* «Манипуляции в общении и их нейтрализация [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://nkozlov.ru>
3. «*Этика деловых отношений*» [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://uchebnik.biz>
4. *Шостром Э.* Человек-манипулятор: внутреннее путешествие от манипуляции к актуализации» [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://psylib.org.ua/books/shost01/>

*Л.Э. Никитина*  
*г. Курск*

## **ЦЕЛЬ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИИ**

Современная рыночная экономика России предъявляет иные требования к качеству труда и выпускаемой продукции, чем это было в эпоху всеобщего дефицита и в период насыщения рынка, поскольку потребитель стал ведущей фигурой рынка. Приобретая товары по собственному желанию, он определяет, что следует производить, в каких количествах и с каким качеством, и создает при этом конкуренцию между производителями.

В таких условиях выживаемость любой фирмы и ее устойчивое положение на рынке, определяется уровнем конкурентоспособности, который в свою очередь определяется соотношением цены к качеству выпускаемой продукции. При этом второй фактор постепенно выходит на первое место и становится ре-

шающим при ее реализации потребителю. Рассматривая проблему качества, следует всегда помнить, что за этим стоит потребитель.

Система менеджмента качества (СМК) — совокупность организационной структуры, методик, процессов и ресурсов, необходимых для общего руководства качеством [4, с.26]. Она предназначена для постоянного улучшения деятельности, для повышения конкурентоспособности организации на отечественном и мировом рынках, определяет конкурентоспособность любой организации. Она является частью системы менеджмента организации.

Качество – определенная совокупность свойств продукции или услуги, потенциально или реально способных в той или иной мере удовлетворять требуемым потребностям при их использовании по назначению, включая утилизацию или уничтожение [3, с.31].

Система менеджмента качества предназначена для решения следующих основных задач:

1. Формирование политики организации и целей в области качества;
2. Формирование организационной структуры с учетом управления качеством;
3. Настройка и фокусировка всех процессов (основных или производственных, процессов административного управления, обеспечения ресурсами, включая трудовые, процессов контроля, улучшения и т.д.), выполняемых на предприятии, на результативное решение задач обеспечения и повышения качества;
4. Распределение функций и ответственности в области обеспечения качества между структурными подразделениями, а также должностными лицами;
5. Определение процедур, механизмов обеспечения качества на уровне требований государственного заказчика;
6. Реализация целей и задач в области качества [2, с.89].

Система менеджмента качества является важной частью общей системы управления. Предприятие должно определить свои системы и процессы, содержащиеся внутри них, чтобы давать возможность системам быть управляемыми и улучшенными.

Универсальность семейства стандартов ISO заключается в том, что они не предлагают абсолютных измеримых критериев качества для каждого отдельного вида продукции или услуг. Стандарты семейства ISO 9000 задают лишь методологию функционирования системы качества, которая, в свою очередь, должна обеспечивать высокое качество продукции и услуг, производимых предприятием.

Принципы управления качеством, определенные в стандарте серии ISO 9000, направлены на то, чтобы высшее руководство могло использовать их для улучшения деятельности организации.

Стандарт направлен на применение процессного подхода на всех стадиях жизненного цикла продукции для повышения удовлетворенности потребителей [1, с.67]. Преимущество процессного подхода заключается в непрерывности управления, которое он обеспечивает на стыке между отдельными процессами, начиная от организации процесса, ответственности руководства, менеджмента ресурсов и процессов жизненного цикла продукции до измерения, анализа и улучшения.

Главная идея методологии обеспечения качества основана на том, что понятие «улучшение качества» должно употребляться применительно к любой сфере деятельности, поскольку качество продукции – следствие качественного выполнения всех видов работ.

Разработка и внедрение системы управления качеством — одна из самых важных сфер деятельности предприятий. Сегодня качество становится политической, экономической и нравственной категорией.

### **Библиографический список:**

1. *Басовский Л.Е.*, Протасьев В.Б. Управление качеством: учебник. М.: ИНФРА-М, 2012. 212 с.
2. *Губарев А.В.* Информационное обеспечение системы менеджмента качества: учебное пособие. М.: Инфра-М, 2013. 132 с.
3. *Ребрин Ю.И.* Управление качеством: учебное пособие. Таганрог.: ТРТУ, 2012. 289 с .
4. *Челнокова В.М.*, Балберова Н.В. Управление качеством: учебное пособие. СПб., 2011. 135 с.

*Л.П. Фрезе*  
*г. Екатеринбург*

### **СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА В ОЦЕНКАХ МОЛОДЕЖИ**

В современном мире средства массовой информации оказывают сильное влияние на сознание молодежи. Одним из мощнейших механизмов влияния можно считать рекламу.

С широким развитием в России в последние 20 лет рекламной деятельности мы также наблюдаем становление и зрелость такого её вида как социальная реклама. Всё большее количество общественно значимых тем освещается с ис-