

му досягненні поставлених перед підприємством задач через безперервне покращення роботи. [2, 125]

Оскільки TQM – методологія, орієнтована на споживача, вона вимагає, щоб кожен член команди проекту повністю був залучений до процесу вдосконалення. Кожен співробітник повинен зосередитися на підвищенні їх особистої продуктивності. Удосконалення методів загального управління якістю вимагає застосування ітерації чотирьох етапів процесу управління, планування та моніторингу якості продукції / послуг. Цей процес відомий як цикл Шухарта-Демінга (плануй-роби-перевірй-впливай). У поєднанні з принципами TQM, цикл Шухарта-Демінга істотно підвищує ймовірність успіху поліпшення якості, оскільки він дозволяє уникнути поширених помилок управління. Керівник проекту отримує набір інструментів для планування, моніторингу та вирішення потенційних проблем. Дана методика не має протиріч з управлінням проектами, оскільки в стандартах менеджменту проектів можна знайти відображення інструментів, що використовуються у всезагальному управлінні якістю. Достатньо сказати, що людський фактор – невід’ємний зв’язок, який має вирішальне значення для успіху кожної методології.

Методика загального управління якістю в поєднанні з ідеями управління проектами може бути введена наступним шляхом:

Визначити проблему, яка буде вирішуватися за допомогою TQM.

Розробити нову стратегію. Команда проекту повинна надати як найбільше варіантів вирішення проблеми.

Знати клієнта. TQM спрямована на клієнтів та їх очікування, таким чином необхідно досліджувати потреби своїх клієнтів.

Визначити вимоги до якості. Результати опитування клієнтів надасть опис потреб і очікувань клієнтів. Ця інформація допоможе при визначенні стандартів якості.

Продумати потенційні загрози і невизначеності, що оточують проект і можуть негативно вплинути на рівень якості.

Скорочення відходів. Методологія TQM вимагає виконання проектів з мінімальними відходами ресурсів.

Розробити стратегію безперервного покращення

Зменшити варіації. TQM пропонує набір інструментів для зменшення відмінностей в рівні якості продукції/послуг.

Збалансований підхід. Необхідно переконатися, що не бракує ресурсів для кожного етапу, для цього необхідний постійний моніторинг проекту.

Використання процесу покращення на кожному етапі проекту, щоб розпочати покращення якості продукту.

Ефект від використання TQM помітно в довгостроковій перспективі. Довгострокові вигоди, що очікуються від використання TQM – це більш висока продуктивність, підвищення морального тону колективу, зменшення витрат та ріст довіри клієнта. Ухилення від помилок і правильні дії, перш за все, зберігають час і ресурси, і тоді фонди та заощадження дозволять встояти при настанні кризи.

Т.Г. Фесенко

Гендерно-чутливі ініціативи як елемент ощадливого управління проектами житлового будівництва

Аналітики будівельного ринку весь час наголошують на таких проблемах у реалізації будівельних проектів: об'єми будівельних робіт скорочуються; «живих» об'єктів менше половини; роботи ведуться повільно, із зупинками; будівництво нових об'єктів майже не починається. Разом з тим існуючі пропозиції на ринку житла все менше задовольняють попит реального покупця. Опитування споживачів вказують на їх незадоволеність:

- те, що зробили будівельники, потрібно переробляти;
- забудовники не дотримуються гарантійних зобов'язань;
- будинки здаються із недоробками;
- «індивідуальний проект» обмежується типовими рішеннями;
- «нав'язуються» зайві матеріали, функції і т. ін.

Сучасна парадигма менеджменту в будівництві вимагає від забудовників використання принципово іншого стилю – ощадливого, орієнтованого на командну роботу, інтенсивний обмін інформацією, ефективне використання ресурсів та виключення втрат, безперервне покращення. «Ощадливе виробництво саме тому і називається ощадливим, що дозволяє роботи більше й при цьому зменшувати витрати – трудових ресурсів, обладнання, часу, виробничих площ, – одночасно наближаючись до того, щоб споживачу/клієнту надати те, що він бажає». Вихідною ідеєю ощадливого виробництва є цінність (товару або послуги), яка може бути визначена кінцевим користувачем.

Експерти відмічають, якщо раніше основними покупцями нерухомості були одружені чоловіки 35-45 років, які купували житло для своєї сім'ї, то сьогодні цю ініціативу у них впевнено перехопили жінки (за останні 10 років кількість жінок-покупців нерухомості збільшилось на 30%). Слід також відмітити, що серед покупців нерухомості більшість чоловіків та жінок неодружені та купують житло виключно для себе. Наприклад, експерти Urban Group (м. Москва, Російська Федерація) з'ясували, що в проектах їх компанії вже більше половини покупок здійснюється жінками (52%). При цьому відмічають аналітики, жінки набагато охочіше, ніж чоловіки, йдуть на експерименти в цій області і звертають увагу на незвичні (сучасні, нові) формати житла: квартири-студії, дворівневі квартири тощо. Вітчизняні експерти нерухомості також підтверджують наявність гендерного аспекту при виборі нерухомості.

Чинники, що впливають на прийняття рішення щодо придбання житла, у жінок і чоловіків відрізняються. Якщо чоловіку підходить ціна, він згоден відмовитись від деяких параметрів комфорту. Жінки навпаки більш вимогливі при виборі нерухомості, для неї маже рівне значення мають: ціна, транспортна доступність, місце розташування, наявність паркінгу. Жінка точно знає скільки необхідно санвузлів, гардеробних, комор, спалень для комфортного життя. Жінка відрізняється від чоловіка чітким уявленням як можна облаштувати квартиру, навіть якщо квартира в новобудові і немає перегородок та оздоблення. При виборі квартири для жінки важливо міське середовище, безпечність району і те, що буде оточувати будинок: магазини, школи та дитячі садочки, зони відпочинку, парки і сквери.

Отже гендерний чинник можна розглядати як елемент управління проектами житлового будівництва. Позитивний приклад впровадження гендерно-чутливих ініціатив демонструє невелика будівельна компанія PATCO Construction, Inc. (США), яка під час кризи у житловому будівництві просувала свій бізнес завдяки тому, що будувала і продавала будинки «які хочуть жінки». Концептуальною базою (підґрунтям) маркетингової стратегії компанії стали статистичні данні про те, що остаточне рішення про купівлю житла у більшості випадків приймає саме жінка. У той час коли більшість компаній нічого не будували усі будинки PATCO Construction були продані заздалегідь.

Таким чином, у сучасних конкурентних умовах «жорсткого обмеження» будівельні компанії мають бути «ощадливими» до клієнтів та власних процесів і завдань, й у підсумку будуть здатними до отримання додаткових переваг, зокрема:

- 1) стратегічної конкурентної переваги – за рахунок впровадження нових гендерно-чутливих ідей;
- 2) ефективного виконання проектних дій і з меншими витратами і проблемами.

А.С. Филатов

Прогнозирование межличностных отношений с помощью интуитивного предсказания нейросетями

Важным моментом в успешной работе над проектом является решение конфликтных ситуаций. Без конфликтных ситуаций не может быть прогресса в работе, так как они являются стимулами для развития, инноваций и совершенствования, однако они так же могут забирать много сил у членов команды, если не учитывать различия между типами личностей.

В статье было указано, что в любой деятельности для гармоничного выполнения проекта, комфортной совместной работы, а также развития членов проектной команды необходимым условием есть наличие в команде разных типов личностей. Этот факт дает возможность решать вопросы различного характера: логического, этического.

Компьютерная программа, описанная в статье предполагает решение вопросов, касающихся конфликтов и совместимости между членами проектной команды. Проблему оценки и прогноза межличностных отношений между членами команды можно решить с помощью интуитивного предсказания нейросетями, на основе состояния и поведения исследуемых личностей, оставляя в стороне такие аспекты формирования отношений между людьми, как внешний облик, приписываемые человеку цели и мотивы.

В серии экспериментов предполагалось установить, способны ли нейросети воспроизвести взаимоотношения пары испытуемых личностей. Обучающие выборки имели следующую структуру: № - номер примера, ID_From - номер оценивающего, ID_To - имя оценивающего, Name_To - номер оцениваемого, Name_From - имя оцениваемого, w1_1_From – w1_72_From - ответы на вопросы опросника соционического теста В. Гуленко, данные оцениваемым, w1_1_To – w1_72_To - ответы на вопросы опросника соционического