



ОТРАСЛЕВЫЕ РЫНКИ И РЫНОЧНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА SECTORAL MARKETS AND MARKET INFRASTRUCTURE

УДК 005.6:378.4(470.325)

DOI 10.52575/2687-0932-2022-49-2-277-284

Развитие системы менеджмента качества – конкурентное преимущество образовательных организаций

Кучерявенко С.А.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85
E-mail: Kucheryavenko_s@bsu.edu.ru

Аннотация. Особое значение в условиях неопределенности и турбулентности экономики занимает трансформация системы менеджмента качества на фоне ограничения ресурсов и достижения прежней результативности более эффективными методами. Возрастающий интерес к вопросам менеджмента качества обусловлен наличием жесткой конкурентной среды, а также необходимостью стандартизации всех процессов в рамках реализации стратегии цифрового развития и внедрения концепции Качество 4.0. В статье рассматривается конкурентное позиционирование университета на основе развития системы менеджмента качества, исследованы существующие дефиниции категории «конкурентное преимущество». Представлена практика формирования и развития системы менеджмента качества НИУ «БелГУ», инструменты и методы достижения результативности, эффективности и постоянного улучшения системы. Выделены основные подходы, необходимые для функционирования системы менеджмента качества в условиях реализации стратегии цифрового развития. Рассмотрен базовый набор критериев внедряемой концепции Качество 4.0. Результаты исследования могут быть использованы в процессе разработки маркетинговой стратегии, а также постоянного улучшения системы менеджмента качества образовательных организаций.

Ключевые слова: конкурентное преимущество, управление качеством, система менеджмента, образовательная организация, концепция Качество 4.0

Благодарности: исследование проведено в рамках международного проекта по программе Европейского союза Erasmus+ №619477-EPP-1-2020-1-NL-EPPKA2-SBHE-JP «Улучшение внутренней оценки качества образования в сфере преподавания и обучения в вузах Азербайджана и России, IQAinAR».

Для цитирования: Кучерявенко С.А. 2022. Развитие системы менеджмента качества – конкурентное преимущество образовательных организаций. Экономика. Информатика, 49(2): 277–284. DOI 10.52575/2687-0932-2022-49-2-277-284

The Development of a Quality Management System is a Competitive Advantage of Educational Organizations

Svetlana A. Kucheryavenko

Belgorod National Research University,
85 Pobeda St, Belgorod, 308015, Russia
E-mail: Kucheryavenko_s@bsu.edu.ru

Abstract. Of particular importance in the conditions of uncertainty and turbulence in the economy is the transformation of the quality management system against the background of limited resources and the achievement of previous performance by more efficient methods. The growing interest in quality management issues is due to the presence of a tough competitive environment, as well as the need to standardize all processes as part of the implementation of the digital development strategy and the implementation of the Quality 4.0 concept. The article



discusses the competitive positioning of the university based on the development of a quality management system, examines the existing definitions of the category «competitive advantage». The practice of formation and development of the quality management system of the National Research University "BelSU", tools and methods for achieving effectiveness, efficiency and continuous improvement of the system are presented. The main approaches necessary for the functioning of the quality management system in the context of the implementation of the digital development strategy are identified. The basic set of criteria for the introduced concept Quality 4.0 is considered. The results of the study can be used in the process of developing a marketing strategy, as well as continuous improvement of the quality management system of educational organizations.

Keywords: competitive advantage, quality management, management system, educational organization, Quality 4.0 concept

Acknowledgement: The study was conducted within the framework of an international project under the European Union Erasmus+ program No. 619477-EPP-1-2020-1- NL-EPPKA2-CBHE-JP "Improving the internal assessment of the quality of education in the field of teaching and learning in universities of Azerbaijan and Russia, IQAinAR".

For citation: Kucheryavenko S.A. 2022. The Development of a Quality Management System is a Competitive Advantage of Educational Organizations. Economics. Information technologies, 49(2): 277–284 (in Russian). DOI 10.52575/2687-0932-2022-49-2-277-284

Введение

Сегодня университеты работают в новых конкурентных условиях, которые характеризуются цифровизацией образования, стремительным развитием информационно-коммуникационных образовательных технологий, использованием смешанного формата обучения, реализацией новых образовательных продуктов («микро-квалификации» и пр.) и как следствие возрастающей конкуренцией на рынке образовательных услуг. Профессиональных знаний у выпускников высшей школы порой недостаточно, требования к компетенциям, востребованным на рынке образовательных услуг, непрерывно меняются. Так, сегодня востребованы проектное мышление, умение работать в команде, умение быстро адаптироваться к изменяющимся условиям, предпринимательские навыки и пр.

Изменение конкурентных условий функционирования и направления развития высшей школы позволяют диагностировать новые вызовы и угрозы, а также определить тенденции обеспечения качества в сфере высшего образования. Запросы рынка труда предъявляют ряд вопросов к внутренней системе менеджмента качества: «Каким образом выстроить внутреннюю систему качества преподавания и обучения с учетом новых вызовов и конкурентных условий?», «Является ли сформированная система управления качеством эффективной и достаточно гибкой?», «Есть ли новые области, которые система обеспечения качества должна принять во внимание?», «Что понимать под конкурентным преимуществом образовательных организаций высшего образования?», «Как удержать конкурентную позицию на рынке образовательных услуг?». Все это требует от образовательных организаций высшего образования трансформации результатов идентификации конкурентных преимуществ в инструментарий для разработки маркетинговой стратегии.

Основная часть

В системе рыночных отношений конкурентные преимущества занимают ведущее место. Во-первых, конкурентные преимущества являются целью маркетинговой стратегии организации; во-вторых, они выступают ключевыми факторами конкурентоспособности. Высшее образование оказывает влияние на развитие всех отраслей промышленности, поэтому появляется необходимость изучения конкурентных преимуществ образовательной организации.

Под конкурентными преимуществами понимаются уникальные характеристики, отличающие продукт или услугу от других аналогов на рынке. Впервые научное обоснование опре-



деления «конкурентное преимущество» дал Майкл Портер в 1970-80 годах. Вопросами изучения дефиниций категории «конкурентные преимущества» занимались Азоев Г.Л., Завьялов П.С., Липкина Е.Д., Лозовской Л.Ш., Поршневу А.Г., Райзберг Б.А., Киперман Г.Я., Перцовский Н.И., Фатхутдинов Р.А. и др. Анализируя определение «конкурентное преимущество», можно отметить наличие существенных отличий в трактовках разных авторов (таблица 1).

Таблица 1
Table 1

Изучение дефиниций категории «конкурентное преимущество»
Studying the definitions of the category "competitive advantage"

№	Определение	Автор
1	Конкурентное преимущество выражается либо в более низких чем у конкурентов издержках, либо в способности изменять и контролировать цену с надбавкой, которая превышает дополнительную стоимость изменения цен. Некоторые конкурентные преимущества являются следствием различий в операционной эффективности, но наиболее существенные преимущества выражаются в том, что их носитель занимает уникальную конкурентную позицию [Портер М., 1993].	М. Портер
2	Основа конкурентного преимущества – человеческий фактор. Более конкурентоспособным предприятие может стать при наличии в его штате эффективных управляющих, при ориентации на знание [Хайек Ф., 1989]	П. Друкер, Ф. Хайек
3	Концентрированное проявление превосходства над конкурентными в экономической, технической, организационной сферах деятельности предприятия, которое можно измерить экономическими показателями (доля рынка, прибыль, рентабельность) [Азоев Г.Л., Челенков А.П., 2000].	Г.Л. Азоев, А.П. Челенков
4	Конкурентные преимущества определяются степенью соконкуренции [Бранденбургер А., Нейлбафф Б., 2012]	А Бранденбургер, Б. Нейлбафф
5	Конкурентные преимущества – это экономические отношения субъекта хозяйствования, проявляющиеся в превосходстве над конкурентами на конкурентном рынке в реализовавшихся условиях воздействия окружающей среды [Сафиуллин Н.З., Сафиуллин Л.Н., 2022].	Н.З. Сафиуллин, Л.Н. Сафиуллин
6	Характеристики, свойства товара или марки, которые создают для фирмы определенное превосходство над своими прямыми конкурентами. В основе конкурентного преимущества лежит более эффективное использование ресурсов [Ламбен Ж.Ж., 2008].	Ж.Ж. Ламбен
7	Какая-либо эксклюзивная ценность, которой обладает фирма и которая дает ей превосходство перед конкурентами. При этом под ценностью подразумевается «нечто особенное, то, чем система владеет (содержит в себе), стремится сохранить, либо иметь в будущем» [Фатхутдинов Р.А., 2000].	Р.А. Фатхутдинов
8	Положение фирмы на рынке, позволяющее ей преодолевать силы конкуренции и привлекать к себе покупателей. Основой конкурентного преимущества являются уникальные активы предприятия либо особая компетентность в сферах бизнеса [Агеева Н.Г., 2015].	Н.Г. Агеева
9	Конкурентные преимущества университетов – это «заключенные в результатах деятельности вузов отличительные ценности, возможность получения которых побуждает клиента принять решение в пользу конкретного учебного заведения [Липкина Е.Д., 2009]».	Е.Д. Липкина
10	Конкурентные преимущества университета основываются на компетенциях его персонала, то есть в основе конкурентных преимуществ лежит специфический опыт работы, навыки и профессионализм сотрудников учебного заведения, которыми не обладают конкуренты и которые нельзя приобрести за короткий отрезок времени [Екшикеев Т.К., 2009].	Т.К. Екшикеев



Так, М. Портер, А. Бранденбургер, Б. Нейлбафф, Н.З. Сафиуллин, Л.Н. Сафиуллин в толковании определения «конкурентное преимущество» основываются на рыночном подходе. В работах других авторов прослеживается ресурсный подход к определению конкурентных преимуществ организации. Г.Л. Азоев, А.П. Челенков, Н.Г. Агеева, Р.А. Фатхутдинов, П. Друкер, Ф. Хайек, Ж.Ж. Ламбен, Е.Д. Липкина, Т.К. Екшикеев свои определения дают с учетом специфики деятельности образовательной организации.

Новые социально-экономические условия и вызовы внешней среды диктуют необходимость повышения конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования в российском и международном научно-образовательном пространстве и требуют актуализации их маркетинговой стратегии.

Маркетинговая политика университета должна основываться на понимании настоящих и будущих потребностей и достигаться путем постоянного взаимодействия с потребителями. В этой связи, именно эффективная и результативная система менеджмента качества является одним из конкурентных преимуществ образовательной организации. Сформированная система менеджмента качества в образовательных организациях должна быть достаточно гибкой и непрерывно улучшаться. В ее основу должен быть заложен основополагающий принцип менеджмента качества – ориентация на потребителя.

Вне всякого сомнения, средством реализации стратегии, политики и достижения поставленных НИУ «БелГУ» целей в области качества, является созданная, документально оформленная и постоянно развивающаяся внутренняя система менеджмента качества.

При формировании системы менеджмента качества в НИУ «БелГУ» придерживались принципа «от системы к стандарту». То есть разработка процессной модели СМК заключалась в приведении всех существующих элементов системы обеспечения качества подготовки обучающихся в соответствие с требованиями ISO 9001:2015 «Системы менеджмента качества. Требования», ISO 21001:2018 «Системы менеджмента качества образовательных организаций», а не наоборот.

Результативность и постоянное улучшение СМК обеспечивается в соответствии с европейскими стандартами гарантии качества ESG-ENQA2, ISO 9004:2019 «Менеджмент качества. Качество организации. Руководство по достижению устойчивого успеха организации», а также применения в рамках самооценки деятельности университета Модели премии Правительства РФ в области качества как эффективного инструмента системного менеджмента.

Свидетельством результативности внутренней системы обеспечения качества может служить успешное прохождение международной профессионально-общественной аккредитации, так, 24 образовательные программы, реализуемые НИУ «БелГУ», включены в европейский реестр аккредитованных программ.

Важной частью внутренней системы менеджмента качества и маркетинговой политики в НИУ «БелГУ» является ориентация на интересы и требования потребителей образовательных услуг. Потребности и ожидания заинтересованных сторон университета определяются на основании требований государства к уровню квалификации выпускника, установленные ФГОС; работодателей к уровню освоения профессиональных компетенций выпускниками; запросов и ожиданий обучающихся и их родителей, преподавателей и других сотрудников университета.

По нашему мнению, основными группами внутренних потребителей, на чье мнение должен ориентироваться университет, являются обучающиеся всех направлений подготовки/специальностей, слушатели курсов ДПО, преподаватели, сотрудники. К внешней группе потребителей университета следует относить абитуриентов, работодателей, родителей, выпускников.

Ежегодный социологический мониторинг системы менеджмента качества НИУ «БелГУ» проводится по всем группам внутренних и внешних потребителей образовательных услуг университета: абитуриенты; обучающиеся (бакалавры, магистранты, интерны, ординаторы, аспиранты, докторанты, студенты-инвалиды и обучающиеся с ОВЗ, иностранные обучающи-



еся); слушатели ДПО; преподаватели; сотрудники; работодатели; родители; выпускники. В 2021 году выборка респондентов составила более 10 300 человек, в том числе 432 работодателя [Отчет о результатах мониторинга удовлетворенности потребителей в сфере образовательных услуг за 2021-22 гг.].

Управление качеством распространяется на все процессы, реализуемые университетом, начиная от проектирования образовательной программы до трудоустройства выпускников и повышения их квалификации на протяжении всей жизни. Университеты, внедрившие систему менеджмента качества, имеют инструментарий для эффективного управления, могут поддерживать стандарты качества и решать возникающие проблемы во всех цепочках создания ценностей гораздо быстрее и результативнее. В новых конкурентных условиях стратегическим конкурентным преимуществом образовательных организаций становится Качество 4.0.

Концепция Качество 4.0 определяет инновационный подход в управлении качеством, который включает наряду с внедрением лучших практик менеджмента предиктивную аналитику качества, 3D-контроль, стандартизацию и цифровизацию всех процессов СМК. В материалах исследований, проведенных аналитической компанией LNS Research в 2017 году, определены основные направления, необходимые для построения управленческих решений на основе концепции Качество 4.0: данные, аналитика, взаимодействие, сотрудничество, разработка приложений, масштабируемость, системы менеджмента, соответствие требованиям, культура, лидерство и компетенции [Клаус Шваб, Николас Дэвис, 2018].

Целевая модель системы менеджмента качества образовательной организации должна быть направлена на непрерывное улучшение деятельности с целью удовлетворения и предвосхищения ожиданий потребителей образовательных услуг, обеспечения гарантии качества подготовки выпускников, контроля качества образования в период обучения и в первые годы трудоустройства выпускника. Движущей силой в реализации модели СМК должен стать потребитель образовательных услуг.

В основе политики в области качества НИУ «БелГУ» заложены технологии концепции Качество 4.0. Такой подход, используемый в образовательной организации, позволяет применять в управлении качеством как традиционные методы, так и внедрять новые технологии. Кроме этого, для обеспечения непрерывного улучшения системы менеджмента качества НИУ «БелГУ» с 2018 года активно используются инструменты проектного менеджмента и технологии бережливого производства, внедрен метод «встроенное качество», используется инструмент «кружки качества», а также хороших результатов позволяет достичь использование «тиражирования лучших практик менеджмента» отдельных образовательных структурных подразделений.

В используемой концепции заложена идея применения отдельных инструментов гибких методологий проектного менеджмента, формирование клиентоориентированной культуры, внедрение эффективных методов управления ресурсами и концентрация внимания на проблеме устранения всех видов потерь. Формой применения этой концепции в практике бережливых университетов становится реализация бережливых проектов.

Бережливый проект отличается от прочего тем, что эффективность реализации проекта достигается с использованием методики бережливого управления. Применение на практике этих инструментов позволяет достичь намеченных результатов более эффективно и с меньшими затратами. На всех стадиях реализации проекта (будь то инициация проекта, планирование, исполнение, мониторинг или контроль) предполагается снижение затрат на избыточные действия, сокращение времени протекания процесса, сокращение количества касаний документа, времени ожидания и пр. Использование проектного подхода дает возможность сформулировать четкие, измеримые и достижимые цели в области качества, а также разработать и реализовать мероприятия по их достижению. Данная концепция используется как основная методика достижения постоянного улучшения системы менеджмента качества через улучшение отдельных процессов системы.



Качество 4.0 является стратегическим преимуществом университета в новых условиях межвузовской конкуренции в российском и международном научно-образовательном пространстве и важным условием для реализации стратегии цифрового развития НИУ «БелГУ». Картирование процессов СМК университета и сравнительный анализ позволяют определить вектор развития системы на основе концепции Качество 4.0 (таблица 2).

Таблица 2
Table 2

Матрица применения концепции Качества 4.0 в образовательных организациях
 Matrix for applying the concept of Quality 4.0 in educational organizations

Традиционное управление качеством	Критерий	Концепция Качество 4.0
Документы в большом объеме в бумажной форме	Документооборот	Электронный документооборот
Центр менеджмента качества	Ответственные исполнители	Департамент цифрового развития и центр менеджмента качества
Требования и ожидания потребителей	На входе	Ключевые показатели эффективности (KPI)
Результаты СМК, продукция и услуги	На выходе	Аналитические данные для принятия решения
В установленные сроки	Время предоставления информации	В режиме реального времени
14 принципов управления качеством по Э. Демингу, цикл Шухарта – Деминга (PDCA), причинно-следственная диаграмма К. Исикавы, спираль качества Дж. Джурана, Решетка зрелости Ф. Кросби и пр.	Используемые инструменты, методы и технологии	Аддитивные технологии, цифровые технологии, блокчейн, большие данные, облачное хранение информации, предиктивная аналитика качества и пр.
Описание и документирование	Управление бизнес-процессами	Программирование и автоматизация
Закрытость информации	Документированная информация	Прозрачность информации
На основе свидетельств внутреннего аудита СМК, результатов анализа СМК со стороны руководства, мониторинга удовлетворенности потребителей образовательных услуг, применения статистических методов	Принятие управленческих решений	Применение информационных технологий, искусственного интеллекта для анализа баз данных в режиме реального времени
Операционная функция управления	Понятие «менеджмент качества»	Стратегическая бизнес-инициатива

Матрица применения концепции Качество 4.0 в образовательных организациях позволяет определить базовый набор критериев внедряемой концепции, а также провести сравнительный анализ отличий традиционного управления качеством и концепции Качество 4.0. Однако Качество 4.0 не заменяет традиционное управление качеством, а связывает его с инновационными технологиями для трансформации СМК вуза.

Заключение

Высокое качество продукции и услуг является основной составляющей конкурентоспособности любого предприятия, не исключение и образовательные организации высшего образования. Глобальные изменения в национальной экономике, трансформация высшего образования, жесткая конкуренция, растущие требования по соблюдению нормативных до-



кументов со стороны контролирующих органов, все это заставляет образовательные организации больше внимания уделять менеджменту качества.

Рынок образовательных услуг отличается отраслевыми факторами, проявляющимися в особенностях содержания, технологии и условиях реализации образовательных услуг; в структуре и уровне профессиональных компетенций профессорско-преподавательского состава; в закономерностях конкурентного взаимодействия заинтересованных сторон; в составе субъектов рынка.

Сегодня уже недостаточно своевременно и в соответствии с требованиями оформлять документированную информацию преимущественно в бумажной форме. Отдельные процессы СМК в университетах уже оцифрованы в полном объеме, другие для преобразования в цифровую форму требуют детальной стандартизации. Внедрение цифровых технологий в университете позволяет получить свидетельства постоянного улучшения. В рамках реализации стратегии цифрового развития особое внимание необходимо уделять требованиям к защите информации.

Внедрение в образовательных организациях концепции Качества 4.0 позволит достичь не только постоянного улучшения системы менеджмента качества вуза, но и перейти к трансформации культуры менеджмента качества, основанной на лидерстве и сотрудничестве, участии в процессах, доверии и расширении полномочий сотрудников, вовлечении обучающихся, как равноправных партнеров, в основные процессы деятельности университета.

Список источников

- Агеева Н.Г. 2015. Справочник по конкуренции и конкурентоспособности. КГУ, 121 с.
- Бранденбургер А., Нейлбафф Б. 2012. Конкурентное сотрудничество в бизнесе. Кейс, 352с.
- Отчет о результатах мониторинга удовлетворенности потребителей в сфере образовательных услуг за 2021–22 гг. Режим доступа: URL: <https://bsuedu.ru/bsu/info/officialdocs/sections.php?ID=160> (дата обращения 05.05.2022).
- Отчет о результатах самообследования Белгородского государственного национального исследовательского университета за 2021 год. Режим доступа: URL: <https://bsuedu.ru/bsu/info/officialdocs/sections.php?ID=174#sect3> (дата обращения 05.05.2022).
- Программа развития НИУ «БелГУ» на 2021–2030 годы в рамках реализации программы стратегического академического лидерства «Приоритет-2030» Режим доступа: URL: <https://bsuedu.ru/bsu/info/officialdocs/sections.php?ID=174#sect3> (дата обращения 05.05.2022).

Список литературы

- Азоев Г.Л., Челенков М. 2000. Конкурентные преимущества фирмы. ОАО «Типография «НОВОСТИ», 256 с.
- Горбашко Е.А. 2019. Качество 4.0 и большие данные в управлении образованием. Эффективные системы менеджмента: качество и цифровая трансформация. Материалы VIII международного научно-практического форума: 17–21.
- Екшикеев Т. 2009. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества вуза. Проблемы современной экономики, 4: 392–396.
- Клаус Шваб, Николас Дэвис 2018. Технологии четвертой промышленной революции. Изд-во «Эксмо», 410 с.
- Кузнецова Н.В. 2021. Конкурентоспособность образовательной организации: к вопросу определения критериев развития на современном этапе. Управление организацией, бухгалтерский учет и экономический анализ: вопросы, проблемы и перспективы развития. Материалы VI Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. Под общей редакцией Н.В. Кузнецовой. Магнитогорск: 78–84.
- Ламбен Ж.Ж. 2008. Менеджмент, ориентированный на рынок. Питер, 720 с.
- Липкина Е. 2009. Обеспечение конкурентоспособности вузов при реализации эффективной маркетинговой деятельности. ОмГПУ, 358 с.
- Надточий Ю.Б. 2021. Качество преподавания и качество учебных занятий как конкурентное преимущество образовательной организации. Самоуправление, 4(126): 521–524.



- Портер М. 1993. Международная конкуренция. Международные отношения, 600 с.
Сафиуллин Н.З., Сафиуллин Л.Н. 2002. Конкурентные преимущества и конкурентоспособность. Изд-во Казан. ун-та, 104 с.
Фатхутдинов Р.А. 2000. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. ИНФРА-М, 452 с.
Хайек Ф. 1989. Конкуренция как процедура открытия. Мировая экономика и международные отношения, 12: 6–14.

References

- Azoev G.L., Chelenkov M. 2000. Competitive advantages of the firm. ОАО Typography NOVOSTI, 256 p.
Gorbashko E.A. 2019. QUALITY 4.0 and big data in education management. Effective management systems: quality and digital transformation. Materials of the VIII international scientific and practical forum: 17–21.
Ekshikeev T. 2009. Competitiveness and competitive advantages of the university. Problems of Modern Economics, 4: 392–396.
Klaus Schwab, Nicholas Davis 2018. Technologies of the fourth industrial revolution. Eksmo Publishing House, 410 p.
Kuznetsova N.V. 2021. Competitiveness of an educational organization: on the issue of determining development criteria at the present stage. Organization management, accounting and economic analysis: issues, problems and development prospects. Materials of the VI All-Russian (national) scientific-practical conference. Under the general editorship of N.V. Kuznetsova. Magnitogorsk: 78–84.
Lambin J.J. 2008. Market Oriented Management. Peter, 720 p.
Lipkina E. 2009. Ensuring the competitiveness of universities in the implementation of effective marketing activities. OmGPU, 358 p.
Nadtochiy Yu.B. 2021. The quality of teaching and the quality of studies as a competitive advantage of an educational organization. Self-management, 4 (126): 521–524.
Porter M. 1993. International competition. International relationships, 600 s.
Safiullin N. Z., Safiullin L. N. 2002. Competitive advantages and competitiveness. Publishing house Kazan. un-ta, 104 p.
Fatkhutdinov R.A. 2000. Competitiveness: economics, strategy, management. INFRA-M, 452s.
Hayek F. 1989. Competition as a discovery procedure. World Economy and International Relations, 12: 6–14.

Конфликт интересов: о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

Conflict of interest: no potential conflict of interest related to this article was reported.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук, доцент, директор Центра менеджмента качества, доцент кафедры управления и экономики фармации, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Svetlana A. Kucheryavenko, PhD in Economics, Associate Professor; Director of the Center for Quality Management, Associate Professor of the Department of Management and Economics of Pharmacy, Belgorod National Research University, Belgorod, Russia