



СибАК

www.sibac.info

**VIII СТУДЕНЧЕСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЗАОЧНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО
СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ**



ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

г. НОВОСИБИРСК, 2013 г.



МАТЕРИАЛЫ VIII СТУДЕНЧЕСКОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЗАОЧНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ

**НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ
XXI СТОЛЕТИЯ**

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Новосибирск, 2013 г.

УДК 33.07
ББК 65.050
Н34

Н34 «Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки»:
материалы VIII студенческой международной заочной научно-практической конференции. (28 февраля 2013 г.) — Новосибирск: Изд. «СибАК», 2013. — 162 с.

ISBN 978-5-4379-0232-5

Сборник трудов VIII студенческой международной заочной научно-практической конференции «Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

Данное издание будет полезно магистрам, студентам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

Редакционная коллегия:

Председатель редколлегии:

- кандидат медицинских наук, доктор психологических наук, профессор, академик Международной академии наук педагогического образования Дмитриева Наталья Витальевна.

Члены редколлегии:

- канд. техн. наук, доцент Института развития дополнительного профессионального образования. Бизнес-консультант, Академия менеджмента и рынка. Директор по управленческому консалтингу, СРО НП "ДелоТелеКом" — Елисеев Дмитрий Викторович;
- кандидат экономических наук, доцент, заведующий лабораторией исследований проблем трудового потенциала ФГБУН Института социально-экономического развития территорий РАН Леонидова Галина Валентиновна;
- преподаватель Московской бизнес-школы, практик, бизнес-консультант Наконечный Дмитрий Иванович.

ББК 65.050

ISBN 978-5-4379-0232-5

© НП «СибАК», 2013 г.

Оглавление

Секция 1. Маркетинг	6
МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА СФЕРЫ ОБРАЗОВАНИЯ И МЕТОДЫ ЕЕ АНАЛИЗА Котышева Ирина Владимировна Толстых Ольга Анатольевна	6
Секция 2. Менеджмент	13
ПСИХОДИАГНОСТИЧЕСКИЙ МЕТОД ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА Аверина Александра Дмитриевна Прудникова Ольга Александровна	13
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ КОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛЮЮ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН Аптикеева Евгения Олеговна Саутпаева Шынар Елеусизовна	18
ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА СТРОИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ Астахова Елена Павловна Климова Наталья Владимировна	24
ХАРАКТЕРИСТИКИ ОСНОВНЫХ БИЗНЕС-ТЕНДЕНЦИЙ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В Г. НОВОШАХТИНСКЕ Барсегян Айкуи Меружановна Карпенко Татьяна Викторовна	29
ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРОИЗВОДСТВА ЭЛЕКТРООБОРУДОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ОАО «ОРБИТА» Грызлова Яна Юрьевна Федоськина Людмила Александровна	38
ВНЕДРЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В СТРОИТЕЛЬНУЮ ИНДУСТРИЮ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН Загородская Наталья Игоревна Саутпаева Шынар Елеусизовна	49
РАЗРАБОТКА ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ КАК ОСНОВА ПОСТОЯННОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ Кириллов Владимир Сергеевич Никифорова Галина Львовна	53
ПРОБЛЕМА ВЛИЯНИЯ ЛИЧНОСТНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ РУКОВОДИТЕЛЕЙ НА СТИЛЬ УПРАВЛЕНИЯ Кузнецов Денис Александрович Прудникова Ольга Александровна	59

КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ	66
Махмутова Гюзель Абделляхатовна	
Прудникова Ольга Александровна	
ПОРТФЕЛЬНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ДОРОЖНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	71
Мильович Алена Сергеевна	
Ларкина Алла Анатольевна	
ПЛАНИРОВАНИЕ КАРЬЕРЫ	75
Родькина Анастасия Александровна	
Прудникова Ольга Александровна	
Секция 3. Регионоведение	82
ОСОБЕННОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В ТЮМЕНСКОМ РЕГИОНЕ	82
Шведова Любовь Юрьевна	
Шведова Марина Федоровна	
Секция 4. Экономика	89
АВТОМАТИЗАЦИЯ УЧЕТА РАСЧЕТОВ С ПЕРСОНАЛОМ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА	89
Барковская Дарья Александровна	
Зарубина Людмила Леонидовна	
Вавилонская Ирина Николаевна	
АКТИВИЗАЦИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА АКМОЛИНСКОЙ ОБЛАСТИ	101
Богма Александр Викторович	
Утебаева Алтыnguль Болатовна	
АВТОМАТИЗАЦИЯ УЧЕТА И ИСЧИСЛЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ УЛУГ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА	106
Бортникова Евгения Юрьевна	
Зарубин Олег Владимирович	
Вавилонская Ирина Николаевна	
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА И ОБОСНОВАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ПРОМЫШЛЕННОГО РОБОТА «ДЕНВИК»	122
Воеводкина Юлия Сергеевна	
Карсунцева Ольга Владимировна	

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКОНСТРУКЦИИ ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ Горбачева Анна Сергеевна Ларкина Алла Анатольевна	131
ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ОСНОВНЫМИ СРЕДСТВАМИ ПРОИЗВОДСТВА И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ Дзюба Ирина Анатольевна Лысенко Елена Евгеньевна	137
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОГНОЗНОЙ ЦЕНЫ НА МЕДЬ Фокина Мария Сергеевна Латипова Алина Таиховна	150
ВОЕННО-ТЕХНИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО РОССИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ Яхьяева Зарина Закидиновна Углицких Ольга Николаевна	156

СЕКЦИЯ 1.

МАРКЕТИНГ

МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА СФЕРЫ ОБРАЗОВАНИЯ И МЕТОДЫ ЕЕ АНАЛИЗА

Котышева Ирина Владимировна

*студент 2 курса, кафедра теории и практики управления организации УрГПУ,
г. Екатеринбург
E-mail: kotsheva-iv@mail.ru*

Толстых Ольга Анатольевна

*научный руководитель, канд. пед. наук, доцент кафедры теории и практики
управления организации УрГПУ, г. Екатеринбург*

Сегодня с полной уверенностью можно констатировать становление рыночных отношений в сфере образовательных услуг, сопряженных с обострением конкуренции между образовательными учреждениями за привлечение потенциальных клиентов.

Маркетинг в сфере образования — это философия, стратегия и тактика отношений и взаимодействий потребителей и производителей образовательных услуг в условиях рынка.

Образовательное учреждение является частью сформировавшейся в регионе сферы образования как одной из сфер народного хозяйства, и поэтому одним из ключевых понятий маркетинга является понятие маркетинговой среды, представляющей собой совокупность факторов, активно действующих и влияющих на конъюнктуру рынка и эффективность деятельности субъектов маркетинга. Образовательные учреждения преуспевают до тех пор, пока их услуги и товары соответствуют маркетинговой среде.

Маркетинговая среда — это совокупность разнообразных элементов, действующих на производителя товаров и услуг и определяющих его успех или неуспех на рынке. Маркетинговая среда содержит как возможности, так и угрозы для деятельности образовательного учреждения, поэтому

необходимо постоянно следить за изменениями, происходящими в ней, и приспосабливаться к ним.

Маркетинговая среда формируется из множества действующих на организацию извне субъектов и факторов, которые влияют на развитие и поддержание выгодных взаимоотношений с целевыми клиентами. Функцию службы маркетинга в образовательном учреждении выполняют заместители руководителя. Руководство преуспевающих организаций осознает необходимость постоянно следить за изменениями в маркетинговой среде и приспосабливаться к ним. К сожалению, очень многие организации этого не делают. Они игнорируют важнейшие изменения или сопротивляются им до тех пор, пока не становится слишком поздно. Их стратегия, структура, методы и культура все меньше соответствуют текущему моменту. Не являются исключением и образовательные учреждения.

Базовой основой для характеристики маркетинговой среды является теория Ф. Котлера, согласно которой микросреда — это факторы, тесно связанные с компанией и непосредственно воздействующие на ее отношения с клиентами, — сама компания, посредники, поставщики, конкуренты, потребители и контактные аудитории [2, с. 335].

Внутренняя маркетинговая среда (микросреда) образовательного учреждения обычно включает главные подсистемы образовательного учреждения: учебно-методическую, научно-консалтинговую, хозяйственную, экономическую, управленческую и маркетинговую деятельность [1, с. 152].

Анализ внутренней среды образования является главным этапом исследования маркетинговой среды.

Во-первых, он позволяет изучить внутренние источники эффективности организации, исследуя сильные и слабые стороны, возможности для развития и потенциальных угроз.

Во-вторых, он позволяет оценить состав и взаимосвязи шести главных макроподсистем образовательных учреждений: учебной, научной, хозяйственной, экономической, управленческой и маркетинговой.

Эти важнейшие макроподсистемы позволяют комплексно оценить возможности развития организации, хотя число функций (подсистем) управления значительно больше.

В-третьих, анализ внутренней среды позволяет вовремя увидеть «слабые звенья» и нарастающие внутренние проблемы организации, о которых неизвестно во внешней среде, и принять своевременные меры по их разрешению с минимальными затратами ресурсов.

Наиболее известным и распространенным методом анализа внутренней среды организации является SWOT-анализ (SWOT — это аббревиатура английских слов: strengths (сильные стороны), weaknesses (слабые стороны), opportunities (возможности), threats (угрозы)) [1, с. 153].

Данная методика позволяет оценивать и прогнозировать составляющие внутренней среды образовательного учреждения. Сильные и слабые стороны относятся к сложившейся внутренней среде образовательного учреждения (системе управления, техническому развитию, технологиям обучения, персоналу, экономической деятельности, финансовому состоянию и маркетингу), возможности и угрозы связаны с внешней средой. Причем здесь анализируются как рассмотренные выше факторы макросреды, так и составляющие окружающей микросреды образовательного учреждения (потребители, конкуренты, деловые партнеры и общественное мнение). Микросреда не только более активно вступает в Контакт с образовательным учреждением, но и в определенной мере подвержена его влиянию.

При проведении SWOT-анализа целесообразно учитывать как можно больше различных факторов, которые влияют или могут влиять на деятельность образовательного учреждения. Это связано с тем, что именно своевременно проведенный анализ позволит образовательному учреждению оперативно воспользоваться благоприятными возможностями и смягчить последствия от угроз или, если это ему удастся, превратить их в благоприятные возможности.

Изучение макросреды (внешней среды), по Ф. Котлеру позволяет составить мнение о текущей ситуации на рынке товаров и услуг, определить его потенциал [2, с. 337]. Основные силы, действующие в макросреде компании:

- демографическая среда;
- экономическая среда;
- экологическая среда;
- научно-техническая среда;
- политическая среда;
- культурная среда.

Демографическая среда включает общую численность населения, возрастной, половой и этнический состав, равномерность расселения по территории, деление на городское и сельское, миграцию, рождаемость и смертность, брачность и разводимость, продолжительность жизни, жизненный цикл семьи. В демографической среде наблюдаются следующие тенденции: изменение возрастной структуры и состава семьи, повышение образовательного уровня, а также углубление неоднородности. Это помогает понять потенциальных клиентов (родителей учащихся и обучающихся образовательных учреждений).

Экономическая среда позволяет изучить: динамику основных макроэкономических показателей (показателей инфляции, валютного курса, безработицы, динамика валового внутреннего продукта, ставки рефинансирования Центробанка и др.); изменения в налогообложении; изменения в общем уровне экономического развития страны, региона и т. д., в совокупности влияющих на покупательную способность потребителей, на динамику и структуру потребления.

Экологическая среда — это природные ресурсы, используемые как сырье для производства; экология на которую оказывает воздействие любая деятельность человека, в том числе маркетинговая.

Научно-техническая среда — это силы, способствующие созданию новых технологий благодаря которым возникают новые товары и маркетинговые возможности.

Политическая среда подразумевает: содержание правовых актов и действенность правовой системы; степень стабильности и политическая идеология Правительства; отношение Правительства к отраслям и регионам.

Культурная среда включает единые традиционные культурные ценности и нормы поведения, мораль и нравственность, язык и сленги, уровень образования, отношение людей к себе, семье, близким и другим людям, модель сексуального поведения, ощущение общности исторической судьбы и ответственности за судьбу страны, народа, региона.

Руководители образовательных учреждений должны помнить об особенностях культурной среды, появлении тенденции изменения в сознании человека, выраженного лозунгом «общество — это мы», уменьшением лояльности по отношению к организациям и общественным институтам, усилением патриотизма и консерватизма.

На практике для оценки и прогнозирования маркетинговой среды образования широко применяют также STEP-анализ. Научное изучение внешней среды (макросреды) осуществляется на основе комплексного социального, технического, экономического и политического анализа (от английского сокращения STEP).

Методика STEP-анализа позволяет образовательному учреждению произвести оценку состояния и спрогнозировать развитие важнейших факторов окружающей макросреды для выявления потенциальных угроз и открывающихся новых возможностей. Образовательное учреждение не может оказывать непосредственного влияния на данные факторы, однако они очень сильно воздействуют на само образовательное учреждение и его окружение.

STEP-анализ целесообразно проводить при разработке стратегического плана развития образовательных учреждений или в случае резкого изменения влияния одной из пяти групп факторов. Результаты STEP-анализа

используются для оценки будущего сценария развития образовательных учреждений на 3—7 лет и выбора перспективных сегментов рынка образовательных услуг.

Среда окружения (мезосреда) образует ближайшее поле внешних деловых контактов образовательных учреждений. Мезосреда имеет большое значение для оценки реального положения образовательного учреждения и его конкурентоспособности в регионе, особенно для крупных и средних образовательных учреждений, претендующих на лидерство в конкретных направлениях и программах подготовки. Без такого анализа деятельность образовательных учреждений напоминает игру «в кошки мышки» или «поиск выхода из лабиринта».

Диагностический анализ среды окружения образования используется для решения следующих задач:

- анализ реального положения образовательных учреждений в системе образования;
- оценка конкурентоспособности образовательных учреждений по сравнению с другими образовательными учреждениями, работающими в одинаковых сегментах рынка;
- анализ внутренней среды образования методом SWOT-анализа;
- разработка маркетинговой стратегии образовательных учреждений как раздел стратегического плана организации;
- выбор конкретного сценария развития образовательных учреждений на ближайший год (оптимистичный, реалистичный, пессимистичный);
- принятие оперативных решений при заключении хозяйственных договоров, договоров о сотрудничестве, создании стратегических альянсов;
- принятие стратегических решений в случае соединения (слияния), разукрупнения и ликвидации образовательных учреждений.

Анализ мезосреды образования является жизненно важной деятельностью образовательных учреждений, проводимой ежегодно или в случае крупных

изменений на рынке образования под руководством руководителя образовательных учреждений в рамках общего маркетингового исследования рынка.

Таким образом, одним из ключевых понятий маркетинга образования является понятие маркетинговой среды, представляющей собой совокупность факторов, активно действующих и влияющих на конъюнктуру рынка и эффективность деятельности субъектов маркетинга.

Внешняя маркетинговая среда (макросреда) включает неподвластные контролю отдельного образовательного учреждения факторы общерыночного действия: социальные, технологические, экономические и политические.

Среда окружения (мезосреда) представлена силами, имеющими непосредственное отношение к образовательному учреждению и его возможностям и поэтому в определенной степени поддающимися его влиянию: потребители образовательных услуг вуза, его деловые партнеры, конкуренты, органы управления образованием, СМИ и органы государственного контроля.

Внутренняя маркетинговая среда (микросреда) образовательного учреждения обычно включает учебно-методическую, научно-консалтинговую, хозяйственную, экономическую, управленческую и маркетинговую деятельность.

Наиболее часто для характеристики маркетинговой среды применяются SWOT-анализ, STEP-анализ.

Список литературы:

1. Ванькина И.В., Егоршин А.П., Кучеренко В.И. Маркетинг образования: учебное пособие. — М.: Университетская книга. Логос, 2007. — 336 с.
2. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга. — М.: Издательский дом Вильямс, 2006. — 944 с.
3. Новаторов Э.В. Качобрус: маркетинговый инструмент для измерения качества ОУ // Маркетинг. — 2001. — № 6.

СЕКЦИЯ 2. МЕНЕДЖМЕНТ

ПСИХОДИАГНОСТИЧЕСКИЙ МЕТОД ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА

Аверина Александра Дмитриевна

*студент, факультет экономики и управления, Ульяновский государственный педагогический университет имени И.Н. Ульянова, г. Ульяновск
E-mail: sane4ka010@bk.ru*

Прудникова Ольга Александровна

научный руководитель, канд. экон. наук, доцент, факультет экономики и управления, Ульяновский государственный педагогический университет имени И.Н. Ульянова, г. Ульяновск

Описание личности в целом и его поведения в будущем могут предоставить различные тесты, которые считаются достаточно надежным способом оценки людей. Чаще всего предлагается несколько тестов, чтобы информация о кандидате была максимально правдоподобной.

Утверждение сотрудника на должность, которой он не соответствует по своим психологическим или профессиональным качествам может стать причиной конфликта между этим работником и его начальником, между коллегами в дальнейшем. А использование тестирования уменьшает вероятность назначения на должность неподходящих сотрудников.

Кадровые службы крупных современных организаций все чаще при прохождении собеседования предлагают кандидатам тесты для проверки их знаний и особенностей характера с целью обеспечения максимально возможного психологического комфорта в рабочем коллективе.

Термин «тест» происходит из старофранцузского языка и является синонимом слова «чашка». Этим словом обозначали сосуды из обожженной глины, которые использовали алхимики для опытов. Близкое современному значению термин «тест» получает в конце девятнадцатого века.

Как в отечественной, так и в зарубежной литературе существует огромное разнообразие определений термина «психологический тест». В книге «Психологическое тестирование» тест понимается как объективное и стандартизованное измерение выборки поведения [1]. А в работах Л.Ф. Бурлачук под тестом понимается стандартизованное, часто ограниченное во времени испытание для установления как количественных, так и качественных индивидуально-психологических различий [5].

Таким образом, под термином «психологический тест» понимается особый инструмент для оценивания психологических качеств личности, состоящий из совокупности заданий или вопросов, предлагаемых в стандартных условиях и предназначенных для выявления типов поведения.

Среди задач, стоящих перед психодиагностическим методом, обязательной является психологическая интерпретация изучаемого явления.

Психодиагностический метод в целом состоит из трех основных подходов, которые применимы практически ко всем имеющимся тестам: субъективный подход, объективный подход и проективный подход. В первом случае диагностика осуществляется на основе самоописание особенностей своей личности, своего поведения. Во втором же случае диагностика осуществляется на основе результативности и способа выполнения деятельности. При использовании третьего подхода диагностика проводится на основе изучения особенностей взаимодействия с внешне нейтральными предметами, которые становятся объектами проекции.

В зависимости от того, каким способом предъявляется материал, какие используются вспомогательные средства, выделяют различные типы тестов. Диагностические методы основываются на заданиях, предполагающих верный ответ, либо на заданиях, у которых верных ответов не существует, например, большинство личностных опросников (тест 16PF Р. Кэттелла, СМИЛ). К тестам, у которых имеются правильные ответы, относятся многие тесты интеллекта, тесты специальных способностей.

Существуют вербальные психодиагностические методики, которые опосредованы речевой активностью обследуемых. Задания в этих методиках заставляют испытуемого обратиться к памяти, воображению, системе убеждений в их опосредованной языком форме. И существуют невербальные методики, которые опираются на перцептивные, моторные способности, а речевая способность испытуемых нужна только для понимания инструкций.

Тесты, которые используются кадровой службой, условно можно разделить на профессиональные и психологические. Профессиональные тесты разрабатываются с целью диагностики степени овладения определенным видом деятельности.

Анализ профессиональных способностей был разработан психологами в связи с необходимостью в надежных методах диагностики кандидатов на работу. Разные отрасли производства предъявляют к работникам различные специфические требования. Для наиболее эффективного профотбора, для наиболее эффективной расстановки кадров, замещения вакантных рабочих мест необходимо иметь систему тестов, позволяющую определить наличие профессиональных умений, профессионально необходимых психофизиологических свойств, психологических качеств.

Тесты специальных способностей применяются в основном для профессионального отбора. Например, многие профессии требуют высокого уровня развития сенсорной сферы, в частности зрения и слуха. Тесты визуальных способностей различаются в зависимости от профессионально значимых признаков и измеряют цветовое различение, восприятие глубины, мышечный баланс глаз, остроту зрения. Наиболее известный тест, определяющий, например, остроту зрения: испытуемому показывают таблицу с рядами печатных букв, постепенно уменьшающихся по величине, и предлагают называть буквы, которые указывает экспериментатор.

Диагностика двигательных способностей осуществляется с помощью тестов, измеряющих скорость, координацию и другие характеристики двигательных реакций. Испытуемому кладется прямоугольная доска, состоящая

из двух секций, в каждой из которых по 48 отверстий. Отверстия одной из секций заполнены цилиндрическими стержнями, отверстия другой пусты. Испытуемому предлагают как можно скорее переставить стержни из одной секции в другую, действуя одновременно двумя руками. Учитывается, какую часть работы испытуемый успевает выполнить за определенный период времени. Свое основное применение моторные тесты находят при отборе промышленного и военного персонала.

Слуховое восприятие делится на ряд простых функций, таких как острота слуха, различение тембра, высоты звуков. Наиболее часто для определения остроты слуха применяется звуковой сигнал, а чаще всего человеческий голос, произносящий какие-либо слова или простые предложения.

Важное место в профотборе персонала занимают тесты технических способностей. Под которыми понимают сложные интеллектуальные способности: пространственные представления, техническую компетентность и сенсомоторные умения. Применяются данные тесты при профотборе инженеров, механиков, наладчиков и так далее. Широкое распространение получили тесты А.А. Беннета, Миннесотский тест на восприятие пространства.

Тесты достижений оценивают успехи человека, например, после завершения обучения. Существует три вида: тесты действия, письменные тесты и устные.

Тесты действия широко применяются в следующих профессиях: технический секретарь, машинистка, клерк. В них нужно выполнить ряд заданий, наиболее важных в определенной профессиональной деятельности.

Письменные тесты достижений используются в профессиях, где огромную роль играет грамотность сотрудника, его всесторонняя осведомленность. Показатели таких тестов ориентированы на измерение степени усвоения важных понятий, тем, технических характеристик, формул.

Устные тесты профессиональных достижений — это серия стандартизированных вопросов, которые касаются специальных профессиональных знаний. Вопросы подбираются после глубокого анализа профессиональной

деятельности, после долгого наблюдения за квалифицированными работниками.

Итак, тесты, играющие важную роль при отборе персонала, можно разделить на профессиональные (тесты для оценки профессиональных знаний, умений и достижений) и психологические тесты (тесты для оценки черт характера и специальных способностей). Психологические тесты в свою очередь подразделяются на три большие группы интеллектуальные тесты, личностные тесты и тесты межличностных отношений.

Самый распространенный вид тестов — это личностные тесты, их еще называют личностные опросники. Главное предназначение которых состоит в определении того, какое будет у человека поведение, какая будет у него реакция в определенных. Личностные опросники могут исследовать темперамент, тревожность, уровень притязаний, агрессивность, самооценка и так далее.

На практике, для формирования кадрового резерва или отбора персонала, чаще используются следующие тесты: 16-факторный личностный опросник Кеттелла, Калифорнийский личностный опросник, адаптированный тест Лири, Стандартизированный многофакторный метод исследования личности (СМИЛ), Метод цветочных выборов МЦВ, Интеллектуальные тесты Айзенка-Горбова, модифицированный тест Сонди.

Наиболее объективную информацию о кандидате можно получить только при всестороннем и комплексном исследовании человека, которое включает личное собеседование, проверку профессиональных навыков и тестирование.

Список литературы:

1. Анастаси А. Психологическое тестирование. / А. Анастаси, С. Урбина — СПб.: Питер, 2007. — 688 с.
2. Батаршев А. Диагностика профессионально важных качеств / А. Батаршев, И. Алексеева, Е. Майоров. — СПб.: Питер, 2007. — 187 с.
3. Бодалев А.А «Общая психодиагностика» / Бодалев А.А, Столин В.В. — СПб.: Речь, 2000. — 440 с.

4. Блюм Г. Психоаналитическая теория личности / Г. Блюм. — М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. — 243 с.
5. Бурлачук Л.Ф. Словарь-справочник по психодиагностике / Бурлачук Л.Ф., Морозов С.М. — СПб.: Питер, «Мастера психологии», 2000. — 517 с.
6. Зеер Э.Ф. Психология профессий / Э.Ф. Зеер. — М.: Академический проект, 2003. — 336 с.
7. Истратова О.Н. Психодиагностика. Коллекция лучших тестов / О.Н. Истратова — Ростов н/Д.: Феникс, 2006. — 375 с.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ КОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛЬЮ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Апतिकеева Евгения Олеговна

*магистрант специальности 6М0507 — «Менеджмент»,
Казахский агротехнический университет имени С. Сейфуллина, г. Астана,
Казахстан.*

E-mail: udmyrtochka@gmail.com

Саутпаева Шынар Елеусизовна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент, кафедра менеджмента,
экономический факультет, Казахский агротехнический университет
имени С. Сейфуллина, г. Астана, Казахстан*

В современном мире космическая индустрия является одной из наиболее наукоемких и высокотехнологичных отраслей человеческой деятельности, образование которой в значительной мере предопределяет престиж государства, его экономический, научно-технический и оборонные возможности.

Современная космическая отрасль становится технологической основой экономического роста, одним из областей производства продукции с высокой добавленной стоимостью, непосредственно оказывающей влияние на конкурентоспособность экономики.

Развитие казахстанской космической индустрии будет помогать дальнейшему осуществлению Стратегии индустриально-инновационного развития страны, формированию и развитию космического кластера, ускорению технологического прогресса, реализации эффективных проектов международного значения и интеграции страны в глобальную экономику.

Действенное использование космоса для нужд секторов экономики невозможно без проведения фундаментальных и прикладных исследований в таких областях как физика, робототехника, электроника, приборостроение, материаловедение, радиотехника и связь, информатика, космические биология и медицина и других.

Дальнейшее использование космических технологий в секторах экономики повысит значимость Казахстана в отношениях со стратегическими партнерами, а также может развить международные экономические отношения.

В Государственной программе формирования космической деятельности в Республике Казахстан на 2010—2014 годы, утвержденной Указом Президента Республики Казахстан «В современном мире космическая индустрия является одной из наиболее преимущественных и наукоемких областей человеческой деятельности. Принятие участия в космической отрасли в значительной мере показывает политический престиж современного государства, его научно-техническую, экономическую и оборонную мощь».

Вклад в изучение космоса является одним из важнейших показателей уровня развития государства. Даже если эта область очень молодая, прогресс ее развития очень высок, изучения и использование космического пространства невозможны без тесного сотрудничества государств.

Республика Казахстан имеет огромную возможность для развития отрасли космической деятельности. Для этого в стране существуют многие необходимые предпосылки.

Любая деятельность должна быть законодательно упорядочена. Тем более это относится к космической деятельности по следующим признакам.

Во-первых, всеобщий характер подобной деятельности и ее результат не могут позволить государствам оставить эту сферу отношений без внимания.

Во-вторых, размах этой деятельности ставит перед человечеством задачу гарантировать наиболее благоприятные условия делового сотрудничества государств, которая не может быть решена только законодательным путем.

И, в-третьих, значимость деятельности, как для сегодняшних, так и для будущих поколений накладывает определенную ответственность на государства подготовить достойные основания для развития отрасли.

На основании госпрограммы развития космической деятельности в Республике Казахстан, нужно оценить состояние существующего национального законодательства в этой области взаимоотношений и подготовить рекомендации по его дальнейшему исследованию.

На данный момент проведены разработки уровня совершенствования космической отрасли, которые показали, что космический сектор экономики быстро и стремительно развивается.

В структуре космической отрасли выделяются следующие основные стратегические направления:

- услуги систем дистанционного зондирования Земли;
- услуги спутниковых систем связи и спутникового вещания;
- изготовление космических аппаратов;
- производство и использование наземного оборудования космических систем;
- предоставление пусковых услуг.

Общее направление развития космической индустрии требуют поиска Республики Казахстан своего места на мировом космическом рынке, которых обусловлен:

1. возрастающей конкуренцией главными участниками космической деятельности (РФ, Япония, США, КНР, Израиль, Индия);

2. Республика Казахстан совершенствуется на фоне активного включения государств мирового сообщества, которые имеют разный уровень экономико-индустриального развития в космическую деятельность.

На сегодняшний день в совершенствовании космической деятельности были достигнуты следующие результаты:

1. осуществлен проект создания наземного комплекса управлений космических аппаратов и запуска спутника связи и вещания "KazSat-1";

2. исследованы технические рекомендации и технико-экономические подтверждения образования экологически безопасного космического ракетного комплекса «Байтерек» на космодроме «Байконур», а также космических систем ДЗЗ и научного назначения, высокоточной спутниковой навигации;

3. усовершенствованы технические системы радиополигона «Орбита» и экспериментальная база «Космостанция» в городе Алматы;

4. исследована программа проведения научных разработок и экспериментов на борту Международной космической станции;

5. приобретен ряд научных выводов области, изучения оптических явлений в верхней атмосфере, радиационного мониторинга космического пространства, и в других совместных с зарубежными учеными разработках;

6. осуществлены работы и приобретены определенные выводы в части развития базовой инфраструктуры Национальной системы космического мониторинга Республики Казахстан, системы мониторинга экологической безопасности территории Республики Казахстан при использовании ракетно-космических комплексов [1, с. 4].

Следовательно, в Казахстане существуют серьезные предпосылки для дальнейшего развития космической отрасли. К этим предпосылкам можно отнести необходимость совершенствования высоких технологий, спроса экономики, национальной безопасности и обороны, и, самый ключевой момент это наличие в собственности самого крупного в мире космодрома «Байконур».

Исключительное конкурентное преимущество Казахстана не может сохраняться без усилий с его стороны. Сохранение Казахстаном своего уникального конкурентного преимущества в дальнейшем возможно только путем развития космодрома, при помощи собственных космических программ. Собственные космические программы должны строиться на участии в коммерческих пусках, на создании собственного производства космических аппаратов.

Необходимость в создании собственного производства космических аппаратов связана также и с тем, что с каждым годом увеличивается

потребность страны в различных космических услугах, в услугах космических систем связи, космических систем дистанционного зондирования Земли и систем спутниковой навигации.

Казахстанские операторы арендуют ресурс на иностранных спутниках по цене в два-три раза превышающих тарифы, применявшиеся на спутнике "KazSat-1". При этом основными услугополучателями в Республике Казахстан являются государственные учреждения, финансируемые из бюджета страны.

Так, на сегодня аренда ресурса на иностранных спутниках стоит 34 млн. долларов США в год. Это значит, что финансовые средства идут на развитие иностранных компаний и их производственных мощностей, а не используются внутри государства для развития национальных операторов связи. В случае продления аренды спутниковых ресурсов только у зарубежных компаний ежегодная арендная плата может достичь 50 млн. долларов США.

По оценкам аналитиков, потенциальная емкость рынка Казахстана космических снимков дистанционного зондирования Земли составляет 93 млн. долларов США в год, в том числе потребность государственных организаций — 66 млн. долларов США и коммерческого сектора — 27 млн. долларов США.

За последние годы существенно вырос и стал экономически и социально значимым корпоративный и массовый рынок GPS приборов. Рынок навигационных систем в Казахстане, по оценкам экспертов, может составлять около 5,8 млн. долларов США, при этом на долю массового рынка приходится почти 25 %, или 1,4 млн. долларов США. При этом, потенциальными потребителями высокоточных данных в Казахстане являются предприятия геодезии и кадастра, сельскохозяйственной отрасли, строительные предприятия и другие ведомства и организации [3].

При оценке перспектив развития космической отрасли Республики Казахстан необходимо исходить из наличия следующих проблем:

- отсутствие законов, регламентирующих космическую деятельность;

- отсутствие порядка подготовки научных и профессиональных кадров в космической области;

- отсутствие действующих конструкторских, технологических и испытательных центров, которые занимаются непосредственно востребованными рынком разработками;

- отсутствие законодательного обеспечения и инфраструктуры доведения услуг космической деятельности до конечного потребителя.

По причине отсутствия профессионального государственного органа в области космической деятельности, было создано Национальное космическое агентство Республики Казахстан Указом президента страны в 2007 году.

С того момента как было создано Национальное космическое агентство, был подготовлен ряд документов, координирующих развитие космической отрасли: Стратегия формирования космической отрасли и проект Государственной программы совершенствования космической деятельности в Республике Казахстан до 2020 года, раздел Государственной программы по форсированному индустриально-инновационному развитию на 2010—2014 годы.

Также агентством подготовлены проекты законов Республики Казахстан «О космической деятельности» и «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам космической деятельности».

Эффективность мер по совершенствованию космической отрасли дает толчок:

1. к росту валовой добавленной стоимости более чем на 85,0 млрд. тенге и росту экспорта — более чем на 15,0 млрд. тенге;

2. удовлетворению потребности страны в сфере спутниковой связи на 80 %, 30 % территории Республики Казахстан должны пользоваться услугами высокоточной спутниковой навигации.

3. объем казахстанского содержания в закупаемых товарах, работах и услугах предприятиями космической отрасли возрастет с 58 % в 2011 году до 62 % в 2012 году, 66 % — в 2013 году, к 2015 году — 70 %;

4. на стадии осуществления проектов космической системы дистанционного зондирования Земли, «KazSat» и Сборочно-испытательного комплекса доля казахстанского содержания составит более 25 %, следовательно, в последующем приведет к увеличению до 70 % [2].

Список литературы:

1. Казахстанская правда, общенациональная газета, [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.kazpravda.kz/_pdf/mar09/120309law.pdf с. 4 (дата обращения 02.03. 2009).
2. Развитие секторов «экономики будущего», Космическая деятельность, [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://do.gendocs.ru/docs/index-167283.html?page=6>
3. Энциклопедия знаний, «Паспорт программы по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2010—2014 годы», [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.pandia.ru/text/77/196/44946.php>

ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА СТРОИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ

Астахова Елена Павловна

студент 4 курса, экономический факультет КубГАУ, г. Краснодар

E-mail: astahovalena@bk.ru

Климова Наталья Владимировна

научный руководитель, профессор КубГАУ, г. Краснодар

В настоящее время российские представления о качестве строительства достаточно отличаются от международных. На Западе современное здание — это, в первую очередь, энергоэффективное сооружение с применением инновационных технологий, в то время как в России качество оказания строительных услуг находится на низшем уровне [3].

В развитых странах скорость внедрения инноваций в строительстве очень велика, этот процесс может произойти в рамках реального проекта. Внедрение инновации увеличивает время проекта на один-три месяца, а российская практика показывает отрицательные результаты, проект затягивается на годы, поскольку система не восприимчива к инновациям.

Так, на данный момент технологически российская строительная отрасль в 6 раз отстает от строительной отрасли США. Эта технологическая отсталость приводит к высокой себестоимости строительства, например, построить склад в России оказывается в 1,5 раза дороже, чем во Франции, и в 2 раза дороже, чем в США [3].

Поэтому строительной отрасли России необходима система сертификации. Такие системы контроля качества строительства успешно действуют на Западе. Наряду с использованием международного опыта, к разработке норм в строительной отрасли будут подключаться и саморегулируемые организации (СРО).

Для покупателя качество строительства является первоочередным фактором при выборе и состоит из множества аспектов — это качество и архитектурного проекта, и строительных материалов, и, конечно же, профессионализм выполнения самих работ. Сегодня эти параметры определяются нормативами, которые указаны в СНиПах, государственных стандартах и т. п. Но не нужно забывать о том, что соблюдение и превышение этих норм зависит от добросовестности и ответственности застройщика [1].

Как известно, процесс реализации строительного проекта проходит множество стадий. А качество строительства дома формируется из нескольких параметров: качество используемых строительных материалов, квалификация рабочей силы, система контроля и оценки выполняемых работ, а также организация строительного процесса на площадке. Российские строительные нормы в целом более жесткие, чем в Европе, но не развита система контроля качества, не хватает независимой, объективной экспертизы качества строительства домов при вводе в эксплуатацию. А ведь контролировать

качество выполняемых работ необходимо на каждом этапе. Лишь тогда можно добиться хороших результатов.

Основные этапы, влияющие на качество проекта, — хорошая проектная документация, высокое качество СМР и достойная эксплуатация. Качественно разработанная проектная документация — залог успешного проекта. А сэкономленные на проектировании деньги приведут к излишним затратам на этапе СМР и последующей эксплуатации. Другими словами, когда инвестор изначально экономит, привлекая к процессу проектирования неквалифицированных специалистов, то нужно быть готовым к тому, что на последующих стадиях можно ожидать некачественный объект [1].

В период с мая 2010 по июнь 2011 года в России обрушилось 86 зданий. При этом, по данным «Городского центра экспертизы», всего в 15 % случаев причина обрушения заключалась в ветхости и аварийности, тогда как 44 % зданий обрушились из-за несоблюдения технологий строительно-монтажных работ, а в 18 % случаев причиной стали недоработки проектировщиков [4].

Стоит отметить, что рушатся не только бетонные панельные сооружения, но и здания из, казалось бы, надежного кирпича. Это может быть связано как с низкой квалификацией инженеров и строителей, так и с использованием низкокачественных строительных материалов.

Ведь качественная строительная продукция — это в буквальном смысле фундамент стройки: из некачественных стройматериалов даже профессиональные строители не смогут построить надежное и прочное здание.

На сегодняшний день качество строительства определенно оставляет желать лучшего. Факторов, оказывающих влияние на качество строительства довольно много. К ним можно отнести, например, и низкий кадровый уровень специалистов строительной отрасли на всех стадиях строительства (проектирование, производство работ, контроль и надзор); но главным фактором, без которого качественное строительство невозможно, были и остаются качественные строительные материалы.

В рамках жесткой рыночной конкуренции, в том числе и в строительной сфере, происходит ежедневная непримиримая борьба между производителями строительных материалов и строительными компаниями. Последние, за редким исключением, предпочитают выбирать строительные материалы для собственных нужд не с позиции качества, надежности и долговечности и даже не с позиции соотношения «цена-качество», а с позиции стоимости. При этом все понимают, что «дешево — не есть хорошо». С результатами подобных предпочтений, а также «кадрового голода» строительной отрасли можно ознакомиться на любом Интернет-форуме жильцов только что сданного дома, где они в подробностях иллюстрируют кривые стены, пол и с трещинами, а также жалуются на неудовлетворительную звуковую и тепловую изоляцию [3, 4].

Большое влияние на качество строительных услуг оказывает рост количества незаконно строящихся объектов. Сюда можно отнести как возведение жилых объектов без разрешительных документов, так и застройку территорий, предназначенных под строительство социальных объектов (школ, детских садов, поликлиник и т. д.). Так, с конца 2011 г. — начала 2012 г. в Краснодарском крае возбуждено 479 уголовных дел по преступлениям в сфере строительства. Суммарный ущерб от таких преступлений превысил 4,5 млрд. рублей.

Строительство — это, пожалуй, одна из самых коррупционных сфер деятельности человека, что является немаловажным фактором влияния на качество предоставляемых услуг. Коррупционность чиновников приносит выгоду застройщикам, а качество строительных объектов, при этом, страдает, неформальные платежи строительных компаний в большинстве случаев в разы превышают официальную стоимость государственных и муниципальных услуг. Чтобы сократить сроки получения необходимых документов, а также снизить прямые затраты на привлечение квалифицированной рабочей силы, строительные компании зачастую идут в обход официальных процедур и не в полной мере соблюдают обязательные

требования к строительным работам. Очевидно, что поводы для дачи взяток возникают там, где правила предоставления услуг недостаточно регламентированы. Выходит, что на строительном рынке российских городов отношения между застройщиками и властью не всегда прозрачны и совсем не строго конституированы, что дает массу поводов для решения вопросов с помощью пресловутых «конвертов».

Благодаря этому, объекты строительства возводятся там, где их расположение не только запрещено административным законодательством, но и наносит вред окружающей среде (реки, озера, водоемы), используется неквалифицированная рабочая сила, а экономия на материалах и всевозможном контроле соблюдения стандартов приводит к плачевным результатам.

Бесспорно, чем цивилизованней рынок, тем меньше посредников. Посредник появляется там, где есть место какому-либо дефициту. В строительстве посредники вряд ли исчезнут, потому как строительство очень разветвленный вид бизнеса. Посредники забирают себе до 30 % стоимости подряда, только 70 % идет исполнителю, что приводит к перерасходу финансовых ресурсов и снижению качества работ.

Таким образом, российская практика строительства показывает отрицательную динамику в области качества объектов. Этому способствует квалификация строительной компании, квалификация персонала, качество материалов и высокая стоимость обеспечения качественной застройки. На данный момент проблема трудноразрешима и перспективы развития в области повышения качества неясны. Но, тем не менее, надежда на установление норм и контроля качества строительных услуг имеет место быть.

Список литературы:

1. Белякова Ю. Ниже плинтуса: почему дома в России строят спустя рукава//Собственник: науч. интернет-журн. [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://sob.ru/sreda/nije-plintusa-pochemu-doma-v-rossii-stroyat-spustya-rukava> (дата обращения: 20.02.13).

2. Материал из Википедии — свободной энциклопедии [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Коррупция_в_России (дата обращения: 19.02.13).
3. СРО повысят качество строительства в России // Росбалт: федеральное информационно-аналитическое агентство [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.rosbalt.ru/piter/2009/10/22/682584.html> (дата обращения: 21.02.13).
4. Строительство в России — как повысить качество?: Индикатор Рынка Недвижимости [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.irn.ru/conf31/> (дата обращения: 20.02.13).

ХАРАКТЕРИСТИКИ ОСНОВНЫХ БИЗНЕС-ТЕНДЕНЦИЙ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В Г. НОВОШАХТИНСКЕ

Барсегян Айкуи Меружановна

*студент 4 курса, кафедра менеджмента организации НШФ ЮФУ,
г. Новошахтинск РО*

E-mail: barsegyan.aikui@gmail.com

Карпенко Татьяна Викторовна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент НШФ ЮФУ,
г. Новошахтинск РО*

Одна из последних тенденций современной экономики — развитие молодёжного предпринимательства. Молодёжь — активная часть общества, способная с наибольшей отдачей участвовать в экономической жизни страны, области и региона, помимо этого, молодёжь — это та часть населения, которая с лёгкостью воспринимает всё новое и в большей степени готова брать на себя риски.

Для формирования экономики любой страны развитие молодёжного предпринимательства является одним из важных моментов. Привлечение молодых людей к предпринимательской деятельности — это не только увеличение доли малого бизнеса, но ещё и решение проблемы занятости молодёжи. К сожалению, в настоящее время в большинстве стран наблюдается определенный спад развития молодёжного предпринимательства, все меньше и меньше молодых людей открывают собственное дело.

«Молодежное предпринимательство» в нынешних условиях обладает двумя преимуществами. Во-первых, сегодняшняя молодежь, начиная свое дело, уже может опираться на помощь и советы предыдущего поколения предпринимателей, в роли которых могут выступать их родственники и знакомые. Во-вторых, современная молодежь обладает возможностью получения специальных знаний и навыков, обладание которыми дает значительные преимущества при открытии своего дела и стимулирует бизнес-активность.

Для занятия предпринимательской деятельностью молодежь имеет сегодня хорошие перспективы. Это обусловлено распространенной в молодежной среде ориентацией на успех и соответствием качеств молодых людей социально-психологическим требованиям рынка (инициативность, мобильность, смелость, склонность к риску, способность учиться и переучиваться, открытость инновациям и т. п.).

Сегодня у большинства молодых людей изменилась установка на государство, превратившись в ориентацию на собственную самостоятельность. Молодежь усвоила основной принцип рыночных отношений — «Главное — инициатива, предприимчивость и поиск нового», и старается реализовать свою активность в сфере новых экономических отношений — в торговле, посредничестве, сфере услуг и т. п. [1, с. 29].

Необходимо отметить, что большинство представителей молодёжи не имеют полного представления о направлениях предпринимательской деятельности, о профессиях и видах бизнеса, востребованных в экономике конкретного муниципального образования. Анализ проблем развития молодежного предпринимательства, важен с точки зрения разработки программ и инструментов поддержки этого сектора экономики в г. Новошахтинске.

Одним из направлений работы с молодежью должна быть популяризация участия молодежи в малом бизнесе, создание благоприятного восприятия в обществе предпринимательской деятельности как перспективного способа реализации личности.

На сегодняшний день молодёжное предпринимательство является одним из приоритетных направлений развития малого бизнеса в России. Создание благоприятных условий, стимулирующих молодёжь заниматься предпринимательской деятельностью, рассматривается в различных программах общегосударственного и регионального уровня.

В Областной долгосрочной целевой программе «Молодежь Ростовской области (2011—2014 годы)» также предусмотрен раздел: развитие моделей и форм вовлечения молодежи в трудовую деятельность, выстраивание профессиональных установок и карьерных траекторий, популяризация предпринимательства как перспективного вида деятельности в молодежной среде (таблица 1).

Таблица 1.

Вовлечение молодежи в предпринимательскую практику [2]

Наименование целевых индикаторов и показателей программы	Фактическое исполнение показателя за 2011 год
одобрено получение субсидии на открытие собственного дела	68 молодых предпринимателей на сумму 12,8 млн. рублей
получили комплексное консультирование на этапе открытия собственного дела	12000 консультаций, 5000 молодых людей
подготовлен перечень бизнес-идей для начинающих предпринимателей Ростовской области	75 бизнес-идей
составлены бизнес-планы по итогам внедрения образовательных программ	300 бизнес-планов
прошли обучение по программе « Бизнес-школа молодого предпринимателя »	300 молодых людей
проведены круглые столы, мастер-классы, деловые игры, тестирования в образовательных учреждениях начального и среднего профессионального образования в рамках «Всемирной недели предпринимательства»	20000 обучающихся

В связи с тем, что среди представителей молодого поколения нет четкого представления перспективности занятия предпринимательской деятельностью, необходимо обеспечить синхронизацию реализации программ «Молодежь Ростовской области (2011—2014 годы)» и Областной долгосрочной целевой программы развития субъектов малого и среднего предпринимательства в Ростовской области на 2009—2014 годы [3]. На официальном Интернет-

портале «Малый и средний бизнес Дона» www.mbdon.ru создан раздел «Молодежное предпринимательство» с информацией о всех возможных формах поддержки молодежного бизнеса.

Финансово-экономический кризис, затронувший Россию, показал, в том числе недостаточный уровень профессионализма, компетентности кадров, необходимый для деятельности в условиях инновационной экономики. В частности, это относится к кадрам предпринимателей, так как в их составе мало молодежи, обладающей большим инновационным потенциалом. Одним из важнейших резервов повышения эффективности производства и улучшения на этой основе жизнеобеспечения народонаселения в условиях рыночной экономики является интенсивное развитие молодежного предпринимательства.

Таким образом, молодежный бизнес играет главную роль в решении социально-экономических проблем, таких как создание новых рабочих мест и сокращение уровня безработицы, подготовка квалифицированных кадров. Расширение возможностей и усиление влияния молодежного предпринимательства обуславливает необходимость использования его потенциала.

Ведь развитие предпринимательства, особенно малого и среднего, сегодня является одним из важных показателей степени успешности рыночных реформ в городе.

Для анализа потребности молодежи в предпринимательской деятельности было проведено анкетирование. В анкету были заложены вопросы позволяющие охарактеризовать отношение молодежи к предпринимательской деятельности и желание заниматься ею.

С точки зрения привлекательности предпринимательства, значительная часть участников опроса обращают внимание на те личностные запросы и амбиции, удовлетворению которых оно может способствовать:

- возможность быть независимым (45,1 %)
- карьерный рост (29,8 %)
- возможность быть собственником (28,6 %)
- возможность творчества (28,9 %)

- престиж (26,8 %)
- возможность руководить (24,8 %)
- риск (12,4 %)

Кроме этого, 21,8 % респондентов отметили, в качестве привлекательной особенности, «гибкий график работы» предпринимателя и 14,2 % — в целом «условия труда».

Данные о необходимых знаниях начинающим предпринимателям опрошенных молодых людей, представлены в нижеследующей таблице 2.

В соответствии со значимостью, приданной им участником опроса, знания, необходимые предпринимателям, располагаются в следующем порядке.

Таблица 2.

Какие знания, по Вашему мнению, необходимы начинающему предпринимателю

Какие знания, по Вашему мнению, необходимы начинающему предпринимателю	% к числу опрошенных
Правовых основ предпринимательской деятельности	66,7
Бизнес-планирование	60,5
Экономики предприятия	50,4
Налогообложения	35,1
Маркетинг и управление продажами	33,9
Основы менеджмента	32,4
В области кредитования	24,2
Иное	5,9

В большей степени молодые предприниматели нуждаются в знаниях правовых основ предпринимательской деятельности, принципов бизнес-планирования и экономики предприятия. Немаловажным для себя они считают знания маркетинга и управление продажами, налогообложения, основ менеджмента и кредитования.

Среди способов, привлечения молодежи к предпринимательству, по мнению респондентов, были выделены следующие (таблица 3):

Таблица 3.**Способы привлечения молодёжи к предпринимательству**

Способы привлечения молодёжи к предпринимательству	% к числу опрошенных
организовывать стажировки начинающих предпринимателей у успешных	59,0
проводить форумы предпринимательских идей	48,7
проводить предпринимательский всеобуч для молодёжи	48,7
изучать и распространять опыт предпринимателей разных стран	30,1
убеждать всех людей, что каждый может стать предпринимателем	24,5
пропагандировать занятие предпринимательством	22,4
и др.	5,9

Наибольший интерес вызвала возможность обучаться у успешных предпринимателей, поэтому для привлечения молодых к своему делу необходимо организовывать семинары, мастер-классы наиболее опытных бизнесменов. В целом молодежь настроена на обучение и через форумы, всеобучи, опыт и т. д. Так же, по их мнению, необходимо больше времени уделять пропаганде идей предпринимательства.

К тому же, желание молодых людей лично заняться бизнесом не подкреплено и реальными возможностями.

Назовите причины, препятствующие притоку молодежи в сферу предпринимательства? На этот вопрос были представлены открытые ответы, которые можно систематизировать на причины связанные с проблемами: финансовыми, отсутствием опыта и желания заниматься предпринимательством, риском и недостатком полученных знаний в области предпринимательства. Для наглядности можем рассмотреть в таблице 4, как были расставлены приоритеты.

Таблица 4.

**Причины, препятствующие притоку молодежи в сферу
предпринимательства**

Рейтинг	Причины, препятствующие притоку молодежи в сферу предпринимательства
1	Финансовые
2	Отсутствие опыта
3	Нетжелания
4	Риск
5	Недостаток полученных знаний

Ответы респондентов были примерно следующего содержания: «высокие налоговые ставки», «коррупция в стране», «несовершенство законодательной базы», «занятость высокодоходных отраслей», «отсутствие стартового капитала», «риск», «бюрократия» и т. д.

По-видимому, ответы респондентов на вопрос о факторах, мешающих организации собственного бизнеса, опираются не столько на их собственный опыт, сколько на сложившиеся в бизнес-сфере и в обществе в целом представления. Однако это не снижает значимости полученных данных, ведь поведение потенциальных предпринимателей определяется именно их представлениями об условиях, в которых они находятся.

Очевидно, что для молодежи, главным препятствием создания собственного бизнеса, являются финансовые проблемы (34,5 %). Далее выделяют отсутствие опыта и желания (12,1 и 10,3 % соответственно). Наименее важным из препятствий выделили — риск (8,0 %) и недостаток полученных знаний (5,0 %).

В тоже время, 17,4 % не ответили на этот вопрос, или не видят никаких мешающих факторов для организации собственного бизнеса, или не могут сформулировать причины, мешающие им этим заняться.

Трудности, перечисленные респондентами, могут служить прямым руководством к действию для формирования «режима наибольшего благоприятствования» для начинающих предпринимателей.

В большей степени молодежь рассчитывает на финансовую государственную поддержку. Далее, испытывают нужду в консультационной, имущественной и поддержки внешнеэкономической деятельности. В меньшей степени нуждаются в поддержке осуществления сельскохозяйственной и ремесленной деятельности (рисунок 1).

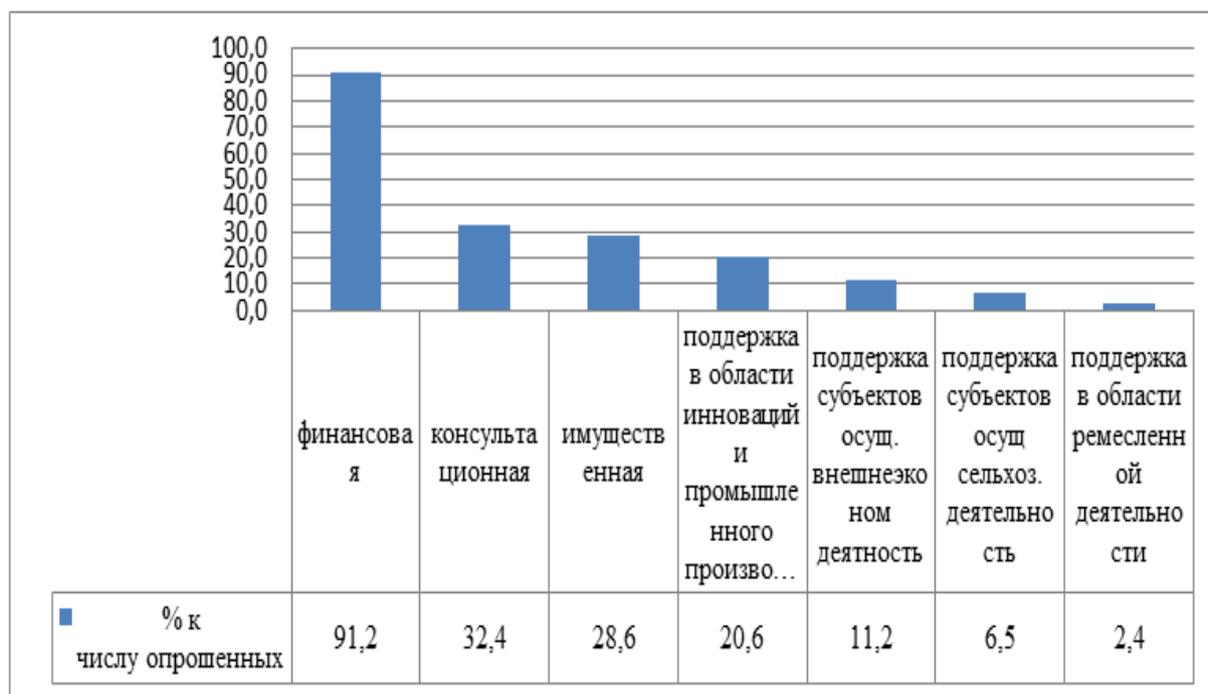


Рисунок 1. Формы государственной поддержки предпринимательства

Несмотря на то что, в большей степени молодые люди позитивно относятся к предпринимательству, 45,1 % молодых людей не планирует открыть свое дело в ближайшие 3 года. Так же, 41,2 % респондентов в целом положительно относятся к возможности открытия своего дела, если им уделять самое серьезное внимание: проводить разъяснительную работу, организовывать обучение и т. д.

Таким образом, на основании проведенного анкетирования, можно сделать вывод о наличии значительного предпринимательского потенциала у молодежи города, которая желает проявлять рыночную активность и заниматься бизнесом. Однако представление у современной молодежи о необходимых условиях для создания своего дела своеобразны. Это объясняется

недостаточной информированностью, перекосами в системе образования, общественном мнении.

Как можно сделать предпринимательство популярным? В первую очередь, необходима мотивация молодого человека. Основной идеей должна стать популяризация занятия бизнесом, например через общение с успешными бизнесменами, создание сетей и коммюнити начинающих молодых предпринимателей. Молодой человек должен быть убежден в том, что свой бизнес — это прибыльно, интересно и неопасно. На наш взгляд, это чуть ли не главная задача. Сколько не предоставлять возможностей для кредитования и поддержки, но если молодой человек не хочет рискнуть и предпочитает спокойный достаток в качестве наемного персонала, его не убедишь открыть свое дело. Второй момент — это информирование о возможностях, которые предоставляют государственные программы, проекты общественных организаций и частные компании.

Молодежное предпринимательство как социально-экономическое явление проходит путь институционализации, так как оно пока находится на стадии упорядочения, организационного оформления, стандартизирования и требует законодательного закрепления и урегулирования.

Список литературы:

1. Выписка из областной долгосрочной целевой программы «Молодежь Ростовской области (2011—2014 годы)» от 30.05.2011 № 297, от 05.09.2011 № 586/официальный сайт Администрации Ростовской обл. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.donland.ru/Default.aspx?pageid=92059> (дата обращения: 19.02.2013).
2. Ручкин Б.А., Родионова В.А. // Социально-гуманитарные знания. 2000. № 1. С. 29.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРОИЗВОДСТВА ЭЛЕКТРООБОРУДОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ОАО «ОРБИТА»

Грызлова Яна Юрьевна

*студент 4 курса, кафедра управления качеством, МГУ им. Н.П. Огарева,
г. Саранск*

E-mail: janagryzlova@rambler.ru

Федоськина Людмила Александровна

канд. экон. наук, доцент МГУ им. Н.П. Огарева, г. Саранск

Электротехническая промышленность является одной из важнейших отраслей народного хозяйства. Российские предприятия, выпускающие электротехническую продукцию, зачастую нуждаются в технологической модернизации и обновлении оборудования. К настоящему времени ни в экономической доктрине, ни в практике нет единого мнения по проблемам обеспечения качества при производстве электрооборудования, и существует актуальная необходимость ее решения [2, с. 28].

Цель работы — исследование практики обеспечения качества при производстве электрооборудования в ОАО «Орбита». В соответствии с целью были определены следующие задачи: а) исследовать продукцию, выпускаемую в ОАО «Орбита»; б) проанализировать действующую систему менеджмента качества на предприятии; в) оценить деятельность в области обеспечения качества в ОАО «Орбита».

ОАО «Орбита» является одним из наиболее перспективных предприятий в Республике Мордовия. На сегодняшний день предприятие делает акцент на выпуск высоковольтного электрооборудования, которое благодаря особенностям конструкции, передовым схмотехническим решениям и применению комплектации проверенных поставщиков отвечает современным требованиям. Использование такого высоковольтного электрооборудования с улучшенными характеристиками, значительно сокращает потери при передаче электроэнергии и, как следствие, ведет к снижению издержек, обеспечивает надежную и безаварийную работу подстанции в целом, от чего

зависит функционирование всех жизненно важных систем города: объектов энергетики и жилищно-коммунальных хозяйств.

Нами был проведен анализ отгрузки продукции, производящейся в ОАО «Орбита» за последние три года. В результате установлено, что наибольшую прибыль предприятию приносит производство именно высоковольтного электрооборудования, что составляет 81 %, остальная же продукция приносит 19 % прибыли. Также, исходя из количества отгруженного высоковольтного оборудования за последние три года, можно выявить тенденцию увеличения заказов на производство данной продукции. Поэтому целесообразно рассмотреть показатели качества именно высоковольтного электрооборудования на примере комплектной трансформаторной подстанции наружной установки (КТПН-Орб07).

Качество КТПН-Орб07 включает такой показатель как надежность, под которой понимается свойство изделия выполнять заданные функции с параметрами, установленными требованиями технической документации в определенный интервал времени, цикла эксплуатации и т. д. Согласно техническим условиям производство КТПН-Орб07 должно осуществляться с учетом параметров, соответствие которым влияет на безотказность, ремонтпригодность, долговечность, сохраняемость.

В ОАО «Орбита» большое внимание уделяется такому показателю, как безопасность. Поэтому комплектная трансформаторная подстанция наружной установки проходит испытания на локализационную способность, которая характеризуется способностью КТПН-Орб07 выдерживать короткое замыкание в электропроводке, проложенной в ней, без прогорания стенок корпуса. Качество защиты против коррозии и качество окраски влияют на долговечность изделия. На данный момент покраска корпуса КТПН-Орб07 осуществляется эмалью, срок пригодности которой составляет 1—2 года. Каждая укомплектованная КТПН-Орб07 проходит испытания на качество защиты против коррозии. Если после испытания на изделии не обнаружено растрескивания или размягчения лакокрасочных покрытий, коррозии

металлических дверей, то трансформаторная подстанция может проходить процесс упаковки и далее транспортировки. Также немаловажным является соблюдение условий транспортировки товара (скорость, способ крепления изделий, степень загрузки машины и т. д.), указанных в технических условиях. Комплектную трансформаторную подстанцию считают выдержавшей испытание на устойчивость при транспортировке, если в результате осмотра после испытания не отмечено ослабление разборных контактных соединений, деформаций и разрушений элементов конструкции, не нарушено функционирование механизмов и все параметры удовлетворяют техническим условиям.

Анализ действующей системы менеджмента качества на предприятии. Необходимость системы менеджмента качества в ОАО «Орбита» обуславливается несколькими важными причинами. Во-первых, это повышение доверия потенциальных потребителей к продукции, которую выпускает данное предприятие. Во-вторых, это возможность значительно укрепить свое положение на уже существующих рынках, а также значительно расширить сферы влияния путем выхода на новые отечественные и зарубежные рынки. И в-третьих — это значительное повышение производительности организации [3, 38].

Лабораторией организации управления качеством Службы качества проведена работа по сертификации системы менеджмента качества предприятия на соответствие ГОСТ Р ИСО 9001-2008 и ГОСТ РВ 20.57.412 [1, 34].

Руководство ОАО «Орбита» сформулировало и использует политику в области качества как средство управления предприятием с целью улучшения его деятельности. На предприятии политика в области качества является согласованной частью общей политики и стратегии предприятия. К основным направлениям деятельности ОАО «Орбита» относятся: максимальное удовлетворение конкретных требований потребителей при оптимизации затрат и возможностей организации на реализацию этих требований; внедрение прогрессивных технологий; выполнение требований заказчика и снижение

риска для заказчика при выполнении оборонного заказа; разработка и производство новых видов продукции в соответствии с перспективными требованиями рынка. Стратегическими целями ОАО «Орбита» в области качества являются: создание высококачественной, конкурентоспособной продукции, соответствующей современному научно-техническому уровню, удовлетворяющей требованиям и ожиданиям потребителя и заказчика; постоянное улучшение процессов жизненного цикла и качества продукции; повышение эффективности использования ресурсов за счет инноваций и рационализации. Реализация указанных целей обеспечивается выполнением требований системы менеджмента качества в соответствии с ГОСТ Р ИСО 9001-2008, ГОСТ РВ 15.002-2003 (в части ЭКБ), РД В 319.015-2006.

Система менеджмента качества ОАО «Орбита» основана на следующих принципах TQM, которые реализуются в деятельности руководителей всех уровней управления предприятием: а) ориентация на потребителя. Свою деятельность предприятие направляет на максимальное удовлетворение требований потребителей путем совершенствования производства и повышения качества выпускаемого электрооборудования, внедряя новые технологии; б) лидерство руководителя. Руководители ОАО «Орбита» обеспечивают единство цели и направления деятельности предприятия. Они создают и поддерживают внутреннюю среду, в которой руководящий состав и другие категории работников полностью вовлечены в решение задач предприятия и его подразделений; в) в организации практикуется активное вовлечение всего многочисленного персонала в деятельность предприятия. Это дает возможность фирме эффективно использовать их способности. В компании созданы все условия для повышения квалификационного и карьерного роста; г) системный подход. В ОАО «Орбита» выявление, понимание и менеджмент взаимосвязанных процессов как системы содействуют результативности и эффективности предприятия при достижении его целей; д) процессный подход. Предприятие использует процессный подход как основу для повышения результативности деятельности подразделений, процессов

и работы сотрудников. СМК организации рассматривается как ряд отдельных, взаимосвязанных и управляемых процессов, применяющих исходные данные для преобразования в выходные данные или в последующий процесс;

е) постоянное улучшение. Деятельность ОАО «Орбита» по постоянному улучшению направлена на повышение качества и конкурентоспособности продукции, удовлетворенности потребителей, работников и других заинтересованных сторон;

ж) принятие решений, основанных на фактах. Эффективные решения, принятые руководством и персоналом ОАО «Орбита» основываются на анализе конкретных данных и информации;

з) взаимовыгодные отношения с поставщиками и партнерами. Взаимовыгодные отношения предприятия с поставщиками ресурсов и партнерами в своей сфере повышают способность создавать дополнительные ценности для всех сторон. Основными партнерами ОАО «Орбита» являются: ОАО «Завод им. Тарасова» (Самара); ОАО «АвтоВАЗ»; Чебоксарский завод «ЭЛЕКТРОМ»; АО «БАТЭ» (Борисов, Беларусь); ISKRA Avtoelektrika d.d. (Словения) и мн. др.

Оценка деятельности в области качества. В ОАО «Орбита» качество выпускаемых изделий потребителю гарантирует Служба качества. Она контролирует все производственные цеха, следит за соблюдением технологических процессов по всему маршруту изготовления, чтобы на выходе получить продукцию с параметрами, соответствующими техническим условиям. Свой контроль Служба качества начинает задолго до наступления технологического процесса, осуществляя входной контроль поступающих материалов и комплектующих изделий на соответствии нормативной документации. Наивысшая ответственность за качество выпускаемой ОАО «Орбита» продукции лежит на начальнике Службы качества и начальнике испытательной станции.

Согласно методологической инструкции МИ ЯКГЛ 1-2009 в состав основных видов работ и мероприятий, направленных на обеспечение качества входят: работы, связанные с маркетингом и научно-исследовательскими работами; работы, связанные с обеспечением качества при проектировании

и разработке продукции; анализ влияния свойств материалов, комплектующих изделий на качество продукции с целью уточнения требований к ним. Разработка предложений по повышению требований технических условий к материалам, комплектующим изделиям, обеспечивающих их качество; анализ и оценка поставщиков; установление дополнительных требований в контрактах (договорах) на закупку; мероприятия по своевременному обеспечению производства материалами, оборудованием и инструментом требуемого качества в необходимых объёмах; разработка и совершенствование системы входного контроля, испытаний и анализа качества закупаемых материалов и её организации; разработка и совершенствование документации, определяющей требования к качеству продукции, технологии, организации производства, контрольно-измерительному, испытательному и специальному оборудованию, методам контроля и испытаний, персоналу и т. д. на всех этапах производства; работа по обеспечению производства технологическими средами и энергоносителями, качество которых соответствует требованиям нормативных документов; работа по улучшению условий производства; разработка и изготовление оснастки, приспособлений, содержание контрольно-измерительного, испытательного и спецтехнологического оборудования для обеспечения качества продукции; мероприятия по совершенствованию системы обслуживания, наладки, поверки, калибровки, юстировки средств измерений; аттестации и калибровки контрольного, измерительного оборудования; аттестации испытательного оборудования; разработка и внедрение методов статистического контроля, анализа и регулирования технологического процесса, в том числе с применением средств вычислительной техники; разработка перспективных и текущих планов и программ обеспечения и повышения качества продукции; совершенствование СМК в соответствии с требованиями ГОСТ Р ИСО 9001, РД В 319.015; совершенствование системы учета и анализа затрат на качество; проведение аудита и оценки СМК экспертными комиссиями сторонних организаций; работы по сертификации продукции; разработка, совершенствование

и внедрение систем материального и морального стимулирования за обеспечение и повышение качества; разработка, внедрение и совершенствование системы обучения и повышения квалификации персонала, в том числе методам обеспечения качества, аттестация персонала.

В соответствии с постановлением правительства об обязательном сертифицировании электротехнического оборудования, ОАО «Орбита» получило сертификат соответствия электротехнической продукции требованиям нормативных документов. Настоящий сертификат подтверждает качество и безопасность выпускаемой продукции. Для оценки удовлетворенности качеством поставляемой продукции каждые полгода проводится опрос потребителей, по результатам которого рассчитывается общее усредненное значение удовлетворенности потребителей. Согласно проведенному опросу потребителей общее усредненное значение удовлетворенности потребителей более 4, что свидетельствует об удовлетворенности потребителей электротехнической продукцией, выпускаемой в ОАО «Орбита».

В ОАО «Орбита» осуществляется производственный контроль, предъявительские и приемосдаточные испытания, испытания по категориям: испытания на надежность, периодические и типовые. Комплектующие изделия, забракованные при производственном контроле, при предъявительских и приёмосдаточных испытаниях, а также по рекламациям, исследуются для выявления причин дефектов. Анализу также подлежат изделия, в которых обнаружены дефекты при проведении испытаний по категориям: периодических испытаний, типовых испытаний, испытаний на надёжность. Начальник Службы качества несёт ответственность за координацию работ по определению затрат на качество, порядок сбора, учёта и анализа которых устанавливается методологической инструкцией МИ ЯКГЛ 1-2009. Согласно данной инструкции затраты на качество в ОАО «Орбита» включают в себя: затраты подразделений на проведение предупредительных мероприятий по предотвращению появления дефектов и несоответствий; затраты

подразделений на оценку качества; затраты на организацию контроля; затраты, связанные с устранением дефектов и несоответствий.

Оценить систему менеджмента качества можно по ее результативности. Оценка результативности процессов СМК в ОАО «Орбита» включает: формирование критериев результативности; выбор метода оценивания системы; расчет обобщенного критерия результативности для каждого процесса; расчет обобщенного критерия результативности СМК; анализ показателей результативности процессов и СМК в целом через запланированные периоды.

Постоянно действующая комиссия по качеству ежемесячно проводит оперативный анализ результативности процессов, подлежащих мониторингу, и ежегодно — итоговый анализ процессов и СМК. Каждый процесс характеризуется одним или несколькими показателями его результативности, а также плановыми и фактическими значениями показателей, их весовыми коэффициентами. В ОАО «Орбита» предложения по перечню показателей процессов, их плановым значениям и весовым коэффициентам готовятся руководителями подразделений (процессов) и ежегодно в произвольной форме представляются в бюро входного контроля и организации управления качеством Службы качества.

В ОАО «Орбита» разработана методика интегральной оценки результативности процесса R_{Gk} . Она определяется по целому ряду формул. При этом критерием результативности показателей процесса является $K_i \geq 1$, критерием результативности процесса в целом является $R_{Gk} \geq 1$.

Наиболее важным процессом в ОАО «Орбита» является анализ системы менеджмента качества со стороны руководства. Высшее руководство предприятия, а именно генеральный директор является руководителем этого процесса. Анализ СМК со стороны руководства проводится с целью обеспечения результативности СМК и ее постоянного улучшения. Поэтому показатель результативности данного процесса является наиболее весомым в определении результативности системы менеджмента качества. Рассмотрим

результативность данного процесса. Результативность показателей: оценивается следующим образом. Результативность по первому показателю определяется по формуле (1):

$$K_1 = 1 - (a_{1п} - a_{1ф}), \quad (1),$$

где: $a_{1п}$ и $a_{1ф}$ — плановое и фактическое значения результативности показателей.

Результативность по второму показателю определяется по формуле (2):

$$K_2 = 1 - (a_{2п} - a_{2ф}). \quad (2),$$

Результативность по третьему показателю определяется по формуле (3):

$$K_3 = 1 - (a_{3п} - a_{3ф}). \quad (3),$$

Тогда интегральная оценка результативности процесса R_{Gk} определяется по формуле (4):

$$R_{Gk} = 1 - b_1(a_{1п} - a_{1ф}) - b_2(a_{2п} - a_{2ф}) - b_3(a_{3п} - a_{3ф}). \quad (4).$$

Принимаем плановые значения результативности показателей:

$$a_{1п} = 1,1, a_{1ф} \geq 0; a_{2п} = 1, 0 \leq a_{2ф} \leq 1; a_{3п} = 1, 0 \leq a_{3ф} \leq 1.$$

Фактические значения результативности показателей составили:

$$a_{1ф} = 1,3; a_{2ф} = 0,9; a_{3ф} = 0,9.$$

Подставляя значения $a_{1ф}$ и $a_{1п}$ в формулу (1) получаем:

$K_1 = 1 - (1,1 - 1,3) = 1,2$. Результативным данный показатель может быть только в случае $a_{1п} \leq a_{1ф}$, т. е. критерием результативности данного показателя является $K_1 \geq 1$. Таким образом, по данному показателю процесс результативен.

Подставляя значения $a_{2ф}$ и $a_{2п}$ в формулу (2) получаем:

$K_2 = 1 - (1 - 0,9) = 0,9$. Результативным данный показатель может быть только в случае $a_{2п} \leq a_{2ф}$, т. е. критерием результативности данного процесса является $K_2 \geq 1$. Таким образом, по данному показателю процесс нерезультативен.

Подставляя значения $a_{3ф}$ и $a_{3п}$ в формулу (3) получаем:

$K_3 = 1 - (1 - 0,9) = 0,9$. Результативным данный показатель может быть только в случае $a_{3п} \leq a_{3ф}$, т. е. критерием результативности данного процесса является $K_3 \geq 1$. Таким образом, по данному показателю процесс также не нерезультативен.

Поскольку показатели процесса результативны только при $K_i \geq 1$, то при $K_i = 1$ $R_{Gk} = 1$, т. е. критерием результативности данного процесса является $R_{G2} \geq 1$.

Подставляя значения K_i в формулу (4), получаем: $R_{Gk} = 1 - 0,5(1,1 - 1,3) - 0,25(1 - 0,9) - 0,25(1 - 0,9) = 1 - 0,55 + 0,65 - 0,25 + 0,255 - 0,25 + 0,255 = 1,05$. Процесс также оказался результативным.

Интегральная оценка результативности СМК $R_{СМК}$ определяется по формуле (5):

$$R_{СМК} = \sum_{k=1}^n b_k R_{Gk} / \sum_{k=1}^n b_k \quad (5),$$

где: R_{Gk} — результативность k-го процесса СМК;

b_k — весовые коэффициенты процессов СМК, весовые коэффициенты b_k определяются относительно 1 или кратному 10;

n — количество процессов СМК.

По результатам анализа результативности СМК на заседании постоянно-действующей комиссии по качеству принимается решение о необходимых мероприятиях по улучшению СМК. К таким мероприятиям относятся: совершенствование СМК в целом и отдельных процессов; корректировка Политики предприятия в области качества; уточнение принятых

или формирование новых целей; изменение организационной структуры предприятия; улучшение результатов финансовой деятельности; стратегическое планирование будущих потребностей.

В соответствии с вышеизложенным можно сделать следующие выводы:

- вся продукция, выпускаемая в ОАО «Орбита» подвергается испытаниям на различные показатели, подтверждаемым качество изделия, соответствие необходимым техническим условиям и стандартам;

- действующая в ОАО «Орбита» система менеджмента качества постоянно поддерживается, развивается и совершенствуется. Благодаря этому предприятие является признанным лидером в производстве полупроводниковых выпрямительных блоков и регуляторов напряжения для всех типов генераторов отечественных автомобилей.

Список литературы:

1. Горячев В.В. Разработка системы менеджмента качества в соответствии с требованиями ГОСТ Р ИСО 90001 — 2008 и ГОСТ РВ 15.002 — 2003 // Методы менеджмента качества. — 2011. — № 9. — С. 34—41.
2. Ключков Ю.С. Управление процессами системы менеджмента качества с учетом требований потребителей // Компетентность. — 2011. — № 2. — С. 28—33.
3. Черных Ю.В. Система менеджмента качества как основа инновационного процесса. / Ю.В. Черных // Компетентность. — 2011. — № 3. — С. 38—41.

ВНЕДРЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В СТРОИТЕЛЬНУЮ ИНДУСТРИЮ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Загородская Наталья Игоревна

*магистрант специальности 6M050700 «менеджмент»,
Казахский агротехнический университет имени С. Сейфуллина, г. Астана,
Казахстан
E-mail: Natalya_Z90@mail.ru*

Саутпаева Шынар Елеусизовна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент КазАТУ
имени С. Сейфуллина, г. Астана*

Строительство представляет собой отдельную самостоятельную отрасль экономики страны, которая предназначена для ввода в действие новых, а также реконструкции, расширения, ремонта и технического перевооружения действующих объектов производственного и непромышленного назначения. Определяющая роль строительной отрасли заключается в создании условий для динамичного развития экономики страны.

Начиная с 2000 года демографическая ситуация Казахстана стала улучшаться и появилась дополнительная потребность в жилье за счет прироста населения. Это свидетельствует о необходимости повысить темпы жилищного строительства для сохранения темпов роста обеспеченности населения жильем. Наряду с ростом общего жилого фонда остро стоит необходимость повышения степени благоустройства жилья, как основного показателя качества. По состоянию на 1 января 2012 года в городах 27 % домов не имеют канализации, 35 % — не обеспечены центральным отоплением, 38 % — горячим водоснабжением, негазифицировано — 30 %. В сельской местности жилье в основном газифицировано (25 %), но другие удобства практически отсутствуют. В сельской местности около 91 % домов не имеют канализации, 96 % — центрального отопления, 98 % — горячей воды. По данным Агентства Республики Казахстан по статистике по итогам 2012 года объем инвестиций в основной капитал составил 5073 млрд. тенге, что на 8 % выше уровня предыдущего года [1].

Государственное управление уделяет большое внимание развитию строительной индустрии, вводу в эксплуатацию новых объектов и производственных предприятий. В 2010 году завершена Государственная программа жилищного строительства на 2008—2010 годы, утвержденная Указом Президента Республики Казахстан от 20 августа 2007 года № 383. Дальнейшее развитие жилищного строительства предусмотрено в Программе по развитию строительной индустрии и производства строительных материалов Республики Казахстан на 2010—2014 годы, утвержденной постановлением Правительства Республики Казахстан от 30 сентября 2010 года № 1004. Основной целью данной Программы является обеспечение индустриально-инновационного развития строительной индустрии, устойчивого и сбалансированного производства строительных материалов в Республике Казахстан. Задачей программы является удовлетворение потребности внутреннего рынка строительными материалами более чем на 80 %, на сегодняшний день эта цифра уже достигла 65 %. По данной программе в республике вводятся в эксплуатацию более 24300 тыс. кв. м жилья, в том числе в 2011 году — 6 000 тыс. кв. метров, в 2012 году — 6 050 тыс. кв. метров, в 2013 году — 6 100 тыс. кв. метров, в 2014 году — 6 150 тыс. кв. метров [2].

По оперативным данным Агентства Республики Казахстан по статистике за прошлый год доля строительства в общем объеме ВВП составила 12,2 % [1]. Реализация Государственных программ дает новые возможности для развития отечественной строительной отрасли. На сегодняшний день Казахстану необходимо производить современные, экологически чистые и конкурентоспособные строительные материалы. Это откроет огромные перспективы в строительстве и даст возможность улучшить качество возводимых объектов, повысить долю казахстанского содержания в конечном продукте, обеспечить открытие новых рабочих мест. Одними из наиболее востребованных материалов являются железобетонные изделия, которые начали выпускаться на новых казахстанских заводах.

Сегодня железобетонные изделия — самый востребованный материал на строительном рынке. Необходимый в строительстве XXI века железобетон — это строительный материал, в основе которого стальная арматура и бетон, работающие совместно в конструкции. Сегодня железобетонные конструкции используются при строительстве объектов разного назначения: гражданские здания, промышленные и специального назначения — все здания возводимые сегодня.

В связи с поставленными задачами есть необходимость наладить и повысить собственное производство строительных материалов для обеспечения внутренней потребности.

Для активизации развития строительной отрасли разработаны и внедряются инвестиционные проекты по строительству и модернизации заводов, а также производству керамики, стекла, гипсовых блоков, облегченных строительных панелей, железобетонных изделий, сухих строительных смесей которые будут ориентированы на сырьевую базу и внутренние рынки сбыта.

Таблица 1.

**Внедрение инвестиционных проектов в строительную индустрию
Республики Казахстан**

№	Наименование проекта	Заявитель проекта	Срок реализации	Регион
1.	Строительство завода железобетонных изделий	ТОО «Строй Казахстан»	2 года	Южно-Казахстанская область
2.	Строительство цементного завода по «сухому способу»	ТОО «Казахцемент»	5 лет	Восточно-Казахстанская область
3.	Модернизация завода железобетонных изделий	ТОО «Завод ЖБИ-25»	1 год	Актюбинская область
4.	Строительство цементного завода	ТОО ПО «ВІ цемент»	5 лет	Акмолинская область
5.	Завод по производству сэндвич-панелей	ТОО «Кровля НС»	2 года	г. Астана
6.	Завод по выпуску облегченных панелей для жилищного строительства	ТОО «Констракшн KZ»	2 года	Атырауская область
7.	Строительство завода по производству сухих строительных смесей	ТОО «БиасТЭК»	5 лет	Атырауская область

8.	Строительство цементного завода на ст. Хантау	АО "АСІG"	5 лет	Жамбылская область
9.	Цементный завод	ТОО «Стандарт цемент»	3 года	Южно-Казахстанская область
10.	Строительство завода по выпуску керамического кирпича	ТОО "ENKI"	5 лет	Акмолинская область
11.	Строительство цементного завода мощностью 2 млн. тонн в год	ТОО «ПО «Кокше-Цемент»	6 лет	Акмолинская область
12.	Строительство завода по производству металлопластиковых труб	Корпорация «Шеврон Мунайгаз Инк.»	2 года	Атырауская область
13.	Цементный завод мощностью 500 тыс. тонн в год	ТОО «Рудненский цементный завод»	5 лет	Костанайская область
14.	Производство пустотелых железобетонных лит	ТОО «Еврострой-А»	2 года	Мангистауская область

Размещение новых производств промышленности строительных материалов будет привязано к местным источникам сырья, наличию локальных рынков сбыта, созданной производственно-технологической базе. Развитие строительной индустрии позволит:

- Создать сбалансированный рынок строительной продукции.
- Обеспечить эффективное взаимодействие честно-государственного партнерства.
- Развить производство строительных материалов.
- Создать инженерно-коммуникационную инфраструктуру в строительной отрасли.
- Улучшить социально-экономические условия жизни населения.
- Привести в соответствие с мировыми стандартами жилищно-производственное строительство.
- Обеспечить выход на новые внешние рынки.
- Повысить конкурентоспособность отрасли на мировом рынке.

Список литературы:

1. Агентство РК по статистике [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: stat.kz (дата обращения: 10.12.2012).
2. «Программа по развитию строительной индустрии и производства строительных материалов Республики Казахстан на 2010—2014 годы» от 30.09.2010 года [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: zakon.kz (дата обращения: 19.11.2010).

РАЗРАБОТКА ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ КАК ОСНОВА ПОСТОЯННОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Кириллов Владимир Сергеевич

*студент, Автомобильный и электромеханический колледж,
специальность «Сервис на транспорте», г. Санкт-Петербург
E-mail: pairof hats@yandex.ru*

Никифорова Галина Львовна

*научный руководитель, канд. техн. наук, преподаватель, Автомобильный
и электромеханический колледж, г. Санкт-Петербург
E-mail: nikiforova-galina@yournet.ru*

Отечественные и зарубежные аналитики считают, что российский рынок вступил в ту стадию, когда отсутствие разработанной стратегии мешает предприятиям устойчиво работать и, самое главное, развиваться [5].

Формирование стратегии является сложным творческим процессом, требующим соединения достижений менеджмента и маркетинга в едином подходе.

Одной из задач стратегического менеджмента в организации является управление инновациями в ней, прежде всего посредством решений по отбору проектов и распределению ресурсов.

Одна из ключевых задач стратегического менеджмента заключается в создании конкурентного преимущества для организации. Организация может обладать конкурентными преимуществами низкого и высокого порядка. Обеспечить себе преимущества низкого порядка организация может, нанимая дешевую рабочую силу, используя дешевые ресурсы и оборудование

для производства продукции и др. Такие преимущества не являются долговечными. Потерять их очень просто, например, при изменении конъюнктуры рынка.

Преимущества высокого порядка создать гораздо сложнее. Для этого предприятию необходимо активно заниматься инновационной деятельностью. Предприятию потребуются высококвалифицированные специалисты, творческим трудом которых будет создана оригинальная продукция и технологии. Профессиональные менеджеры должны наладить устойчивые связи с контрагентами, товарную марку превратить в уникальный бренд, внедрить новые методы продаж и обслуживания клиентов. Только постоянная и системная инновационная деятельность обеспечит организации долговременный успех. У организации должно быть желание, способность и возможность стать другой. Организация должна быть готова к постоянным изменениям.

Стратегии организации формируются на разных уровнях и в разных функциональных областях. В рамках данной работы будет рассмотрен подход к формированию стратегии создания конкурентных преимуществ высокого порядка, а именно — инновационной стратегии.

В соответствии с Федеральным законом от 21 июля 2011 г. № 254-ФЗ под инновациями понимают введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях [6].

В основе разработки инновационной стратегии лежит комплексная работа с объектами интеллектуальной собственности и процессом их коммерциализации.

Требования к результатам интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, которым предоставляется правовая охрана, определены в IV части ГК РФ [3].

В основе разработки инновационной стратегии и инновационного товара должны лежать маркетинговые исследования, причем при проведении данных

исследований существенная роль принадлежит патентно-информационным исследованиям. Порядок проведения таких исследований в РФ регламентирован ГОСТ Р 15.011-96 [4].

Под патентными исследованиями понимают исследования технического уровня и тенденций развития объектов хозяйственной деятельности, их патентоспособности, патентной чистоты, конкурентоспособности (эффективности использования по назначению) на основе патентной и другой информации [4].

В зависимости от этапа жизненного цикла инновации и задач, стоящих перед фирмой, патентно-информационные исследования могут предусматривать выполнение различных видов работ.

Разработка инновационной стратегии должна базироваться как на технической, так и на рыночной информации. Особенно важно учесть запросы и мнение потребителей о будущем товаре. Только в этом случае инновационная стратегия даст предприятию рыночный успех.

Например, для некоторых автомобильных компаний на протяжении ряда десятилетий были характерны значительные инвестиции в новые технологии, как разработки компонентов автомобиля, так и сборки этих компонентов. Некоторые технологии оказались уникальными, но произведенные автомобили не пользовались большим спросом. Инженеры постоянно работали над усовершенствованием деталей автомобиля в стремлении создать лучший вариант. Но при проектировании они упустили из своего поля зрения аспекты, очень важные для потребителя, например, легкость ремонта и его частота. Впоследствии управление компаний исправило ситуацию и стало инвестировать больше средств в маркетинг, что позволило удовлетворить запросы сегмента потребителей [2].

Этап разработки инновационного товара значительно продолжительнее, чем этап разработки традиционного товара. Разработка инновационного товара начинается с поиска идей для новинки.

На стадии научно-исследовательских работ (НИР) обязательно проводится анализ результатов маркетинговых, в том числе, и патентных исследований. Если результаты исследований показывают, что существующая потребность не удовлетворена оптимальным способом, осуществляется формирование различных идей новых товаров, разработка замысла товара и его проверка.

Этап опытно-конструкторских работ (ОКР) и опытно-технологических работ (ОТР) включает выполнение работ по воплощению замысла в реальный товар.

Прежде чем выделять средства на НИОКР, любому предприятию необходимо разработать научно-инновационную стратегию, целью которой может быть стремление стать технологическим лидером, разработка инновационного продукта или услуги, а также усовершенствование свойств или качеств продукции. Возможная стратегия — следовать за лидером в определенном направлении техники или технологии.

Эффективность инновационной деятельности на предприятии во многом определяется способом организации НИОКР.

Как правило, научно-исследовательские организации стремятся найти заинтересованные в результатах их деятельности предприятия, а те в свою очередь нуждаются в новых продуктах и технологиях, для того, чтобы идти в ногу со временем.

Важным элементом разработки инновационной стратегии является решение вопроса о патентовании объектов интеллектуальной собственности. Стадия патентной защиты осуществляется в тех случаях, когда в новом товаре предусмотрена реализация объектов интеллектуальной собственности, удовлетворяющих условиям патентоспособности. Для изобретений такими критериями являются новизна, изобретательский уровень и промышленная применимость [3].

Основными целями патентования является получение исключительных прав на объекты промышленной собственности и их защита от конкурентов на территории стран, представляющих для патентообладателя интерес с точки

зрения поставки в эти страны продукции и продажи лицензий. При отборе изобретений для патентования с целью продажи лицензии следует учитывать степень готовности объекта техники к освоению в промышленности [7].

Стадия промышленного освоения товара означает подготовку производства и развертывание процесса коммерческой реализации нового товара. Эта стадия связана с большими расходами.

Важной составляющей при разработке инновационной стратегии является технологический аудит, под которым понимают поиск среди имеющихся разработок таких, которые способны привести к созданию коммерциализуемых технологий [1, 7]. При проведении технологического аудита важно правильно оценить риски и не только отбирать идеи, но и самое пристальное внимание уделять предприятиям, на которых можно организовать производство инновационной продукции.

Разрабатывая инновационную стратегию, необходимо проводить мониторинг инновационной деятельности конкурентов. Для этого следует изучать активность и динамику патентования изобретений и полезных моделей конкурентами, их участие в специализированных выставках, семинарах, конференциях, рекламные проспекты и др. Целесообразно проводить сравнение характеристик технологии или товаров, которые будут производиться по отобранной технологии, с конкурентными технологиями.

Успех разработки инновационной стратегии будет зависеть от качества технологического прогнозирования, осуществленного менеджерами, т. е. правильности и точности предсказания будущих характеристик технологий.

Разрабатывая инновационную стратегию, необходимо решить вопрос о выборе формы коммерциализации прав на объекты интеллектуальной собственности. Основными способами коммерциализации прав на объекты интеллектуальной собственности являются:

- использование объектов интеллектуальной собственности в собственном производстве;

- передача права на объекты интеллектуальной собственности по лицензионному договору;
- уступка права на объекты интеллектуальной собственности;
- внесение права на объект интеллектуальной собственности в уставный капитал предприятия;
- лизинг;
- франшиза.

Плюсы и минусы каждого способа хорошо известны и описаны в литературе [7].

Однако никакие идеи не удастся коммерциализировать без стратегического партнера. Но стратегическое партнерство порождает серьезную проблему — разделение будущей прибыли от совместного бизнеса.

Объекты интеллектуальной собственности являются результатом интеллектуальной деятельности, на их основе разрабатываются инновационные проекты. Инновационный проект будет воспринят рынком, если будет соответствовать его запросам. Поэтому вся инновационная деятельность предприятия должна базироваться на концепции маркетинга, начиная с этапа поиска и разработки идеи будущего товара или услуги. На стадии коммерциализации разработки маркетинг поможет завоевать своего потребителя.

Таким образом, разработка инновационной стратегии сложный и трудоемкий процесс, требующий технологических знаний, а также знаний в области маркетинга, менеджмента, права. Управление инновационной деятельностью сопряжено со значительным уровнем риска. Инновационные фирмы должны иметь высококвалифицированный персонал, достаточные финансовые ресурсы для создания и вывода на рынок инновационных товаров, услуг, технологий, а для того, чтобы сохранить конкурентное преимущество в форме инновации фирма должна быть готова к постоянным изменениям.

Список литературы:

1. Абрамешин А.Е. и др. Инновационный менеджмент. Учебник для ВУЗов. — М.: Вита-Пресс, 2001.
2. Гольдштейн Г.Я. Стратегический инновационный менеджмент. Учебное пособие. — Таганрог, 2004.
3. Гражданский кодекс РФ, часть IV.
4. ГОСТ Р 15011-96 Система разработки и постановки продукции на производство. Патентные исследования.
5. Парахина В.Н., Максименко Л.С., Панасенко С.В. Стратегический менеджмент. Учебник. — М.: Кнорус, 2008.
6. Федеральный закон от 21 июля 2011 г. № 254-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О науке и государственной научно-технической политике».
7. Цыбулев П.Н. Маркетинг интеллектуальной собственности. — Киев, ИИПС, 2004.

ПРОБЛЕМА ВЛИЯНИЯ ЛИЧНОСТНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ РУКОВОДИТЕЛЕЙ НА СТИЛЬ УПРАВЛЕНИЯ

Кузнецов Денис Александрович

*студент 4 курса, факультета экономики и управления, УлГПУ
им. И.Н. Ульянова г. Ульяновск
E-mail: deniskuznetsov5@gmail.com*

Прудникова Ольга Александровна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент, факультет экономики
и управления, УлГПУ им. И.Н. Ульянова г. Ульяновск*

Управление коллективом любой величины требует от руководителя стимулировать команду на выполнение поставленных задач, способность находить подход к каждому подчинённому, а так же умение подчинять индивидуальные запросы члена коллектива общим целям.

Так как именно люди являются основным «винтиком» в системе управления, то этот процесс характеризуется высоким уровнем нестабильности. В управлении нет какой-то строго определённой последовательности действий, строгих правил, поскольку каждый шаг и каждый поступок определяется конкретной ситуацией и особенностями личности руководителя.

Актуальность данной работы в том, что влияние личностных особенностей руководителя на выбираемый им стиль управления не достаточно изучена.

Целью данной работы является изучение влияния личностных особенностей руководителя на выбираемый стиль управления.

Содержание работы руководителя

Всю управленческую работу можно разбить на две части: руководство деятельностью компании и руководство персоналом.

Требования к руководителю:

1. В интеллектуальном отношении: довольно высокая степень технических и общих умений, в первую очередь логических и аналитико-синтетических, обширные профессиональные знания и умения, высокая степень культуры и образованности, большая профессиональная продуктивность.

2. Особенности личности: способность налаживать связи в малой группе, решительность, лидерские наклонности, самостоятельность поведения, самообладание, эмоциональная устойчивость, организованность, выдержка, устойчивость к стрессу, сильный самоконтроль, лёгкость в общении с людьми, дружелюбие, чуткость, стремление к сотрудничеству и созданию новых групп.

3. Особенности социального поведения: способность к решительным действиям в экстремальных условиях, способность определять верный путь решения задач, способность налаживать взаимоотношения с людьми, воздерживаться от негативных проявлений в отношении к ним.

4. Групповая оценка личности: авторитет и эффективность в группе, направленность личности на производство, организаторские способности — все эти критерии должны превосходить средний уровень рабочей группы.

Характеристика понятия стиль управления

Впервые термин «стиль руководства» был введен К. Левиным в 30-е гг. XX века, который выделил три «классических» стиля руководства: авторитарный, демократический, нейтральный (или либеральный).

Для авторитарного стиля характерно жесткое единоначалие, а также слабый интерес к работнику как к личности. При демократическом —

руководитель стремится к выработке коллективных решений, демонстрируя при этом интерес к неформальному, человеческому аспекту отношений. Либеральный означает полную устранённость руководителя от дел коллектива [1, с. 15—18].

Хотя, иногда форма и содержание действий руководителя не совпадают между собой. Например, авторитарный руководитель может вести себя достаточно демократично: демонстрация повышенного расположения к людям, подчёркнутой вежливости к ним, повышенного интереса и т. д. Если бы за этой внешней благожелательностью не скрывались чисто прагматические цели, то такие проявления можно было бы только приветствовать. Такой руководитель может обсуждать определённые рабочие вопросы со своими подчинёнными, но это не более чем формальность, на самом деле решение он давно уже принял.

Но возможен и обратный вариант: руководитель-демократ проявляет достаточно авторитарные черты. Ведь стиль руководства определяется многими факторами: типом решаемых задач, спецификой ситуации, профессионализмом коллектива, личностными качествами сотрудников и т. д. Таким образом, очевидно, что совокупность ряда негативных факторов формируют экстремальную ситуацию, которая даже от самого демократичного руководителя требует жёстких и решительных действий.

Стиль руководства — это «способ делового общения руководителя с подчиненными, характер отношений между ними в процессе исполнения служебных обязанностей, определяемый форматом распорядительного воздействия и мерой жесткости проявления единоличной воли руководителя» [2, с. 479].

В своей работе руководитель должен иметь личный план работы, делегировать подчинённым необходимые права и ответственность, получать постоянный результат, уметь разрешать конфликты, обеспечить деятельность подразделений независимо от себя, обеспечить чёткую оценку этой деятельности.

Успех стиля управления может оцениваться по воздействию на прибыль и издержки.

Характеристика личностных качеств руководителя

Главное качество руководителя — способность к управлению.

С древнейших времен и до наших дней в трудах, посвященных искусству успешного управления хозяйством, предприимчивому и эффективному руководству, преследующему цель оптимизации прибыли, всегда выделялись одни и те же качества. Руководитель должен обладать способностями к организации и координации, контролю, мотивации, информационному мониторингу, кадровой политике, представительству. Но самое главное, человек, способный к эффективному предпринимательству, должен обладать глубочайшим осознанием меры личной ответственности за дело, организацию, за успех, особенно — за вверенных ему в подчинение и доверившихся ему людей [3, с. 58—63].

Личности руководителя в современном менеджменте так же уделяется достаточно много внимания, в частности, его навыкам, компетенции и другим профессионально значимым качествам. Наиболее важные из них:

- постановка и достижение целей
- стратегическое мышление
- коммуникация
- организованность
- управление конфликтами
- развитие подчинённых

В каждом из компонентов управленческой деятельности руководитель по-разному может проявлять свою индивидуальность. Его мотивы, цели, сам смысл деятельности могут по-разному соотноситься с целями организации и могут быть весьма различны.

Жизненные ценности руководителя — одна из ключевых характеристик, которые определяют стиль управленческой деятельности, а так же характер поставленных перед собой целей и задач. Формирование жизненных ценностей

в социально-экономических условиях определяется как изменением самих этих условий, так и личностными особенностями руководителя, стилем его руководства, образованием, семейным положением, количеством детей в семье, опытом профессиональной управленческой деятельности, его возрастом. При этом между системой жизненных ценностей руководителя и стилем его руководства существует сложная зависимость.

Личностно-профессиональные и индивидуально-психологические особенности выступают как существенные закономерности в формировании ценностей руководителей: социальная ситуация, в которой он живёт и работает, индивидуальные особенности карьеры, возрастные и половые характеристики, сфера профессиональной деятельности. В большинстве случаев влияние ценностей носит опосредованный характер и на операционно-функциональном уровне меньше, чем на мотивационном, т. к. мотивы и стиль управленческой деятельности наиболее подвержены влиянию.

Ещё задолго до того как человек получает какой-либо опыт управленческой деятельности, у него уже начинается формирование системы ценностей, образующейся под влиянием социальной ситуации, в которой происходило развитие. Также социальная ситуация влияет на ориентации и жизненные установки будущего управленца. Основными жизненными ценностями в семьях руководителей выступают, прежде всего, работа, познание, развитие собственной личности. В семьях же руководителей, которые не отличаются высокой эффективностью, в основном, преобладают ценности материального благополучия, обладания, общения и власти.

Значительное воздействие на образование и трансформацию жизненных ценностей руководителя оказывает специфика социально-экономической ситуации, в которой происходит управление, такие, как, например, область деятельности, форма собственности управляемой структуры, конкретные особенности корпоративной культуры организации. Особенно важными во все годы для руководителей разных возрастов остаются следующие ценности: альтруизм, дети, совершенствование личности, семья. Ценностные

ориентиры в разные возрастные периоды неодинаковы. Например, особо важными для двух третей молодых руководителей являются «возможность творческой работы», «развитие личности», «дети» и «семья». Также, отмечается значимость следующих ценностных ориентаций: «уверенность в себе», «активная деятельная жизнь», «наличие хороших и верных друзей». Менее важными для молодых руководителей являются — «познание», «общественное признание», «красота природы и искусство».

Наиболее эффективными руководителями считаются мужчины до 50 лет или женщины после 50 лет, т. к. и для той, и для другой группы приоритетом является работа. Важное значение имеет тот факт, есть ли у руководителя дети, и если есть, то сколько их. Если у него двое детей или больше, эффективность работы такого руководителя оказывается значительно более высокой. Особенно она высока у руководителей имеющих двух дочерей.

Подчинённые оценивают стиль руководства и личность руководителя в зависимости от субъективных особенностей восприятия, таких как пол, стаж совместной работы с руководителем, возраст — демографические характеристики, а такие факторы, как квалификация и образование являются наименее значимыми.

Характеристики, представляющие личность руководителя можно разделить на три группы: способности, биографические характеристики и черты личности.

Все способности могут быть разделены на специфические и общие. К специфическим относят знания, умения, навыки и т. п. К общим относят, в первую очередь, интеллект, главным образом и влияющий на эффективность руководства.

К биографическим характеристикам можно отнести:

- Пол руководителя.

Преимуществами мужчин-руководителей является их нацеленность на результат, а преимущество женщин-руководителей в их нацеленности на отношения между людьми. Но так как, процент женщин занимающих

руководящие должности всё ещё не очень высок, по сравнению с мужчинами, то с уверенностью говорить о превосходстве представителей того или иного пола пока нельзя.

- Возраст руководителя.

Для эффективного управления возраст не может быть преимуществом, но и помехой тоже быть не может, чему достаточно примеров в мировой практике.

- Образование и социально-экономический статус.

В современных условиях руководитель, считающий себя эффективным, должен иметь различные знания, в первую очередь, в областях непосредственно связанных с деятельностью компании, специальные знания в области управления, а также знание иностранных языков.

Чем более сильным является руководитель, тем менее он конфликтен. Сильный, эффективный руководитель способен найти индивидуальный подход к каждому сотруднику. Такой руководитель практически не использует принуждение, он не только мотивирует, но и вдохновляет подчинённых. Сильный руководитель не боится ошибаться, а по статистике, семь из десяти принятых управленческих решений оказываются не верными. Как следствие, он не боится отступать от плана намеченного заранее, ведь иногда пойдя по другому пути можно достичь большего.

Слабый руководитель, как правило, использует принуждение, приказы в решении вопросов опирается на авторитеты, склонен временами создавать конфликтные ситуации, с целью укрепления своего статуса, как руководителя, которые, зачастую решает, используя служебное положение.

Таким образом, индивидуально-психологические особенности менеджера напрямую связаны с выбранным им стилем руководства. Хотя в некоторых случаях, в силу определённых внешних причин, выбранный стиль управления может не соответствовать личностным особенностям руководителя, например в кризисный период. Следовательно, важную роль играет социально-

экономическая ситуация, в контексте которой осуществляется управление, а так же формируется система жизненных ценностей руководителя.

Список литературы:

1. Митина Л. Стиль руководства: психологическая характеристика и методика изучения // Директор школы — 1999 — № 1 — с. 15—18.
2. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь — 2-е изд., испр. — М.: ИНФРА-М, 1999.
3. Решетников А.В., Шамшурин В.И., Шамшурина Н.Г. Социально-исторический портрет лидера организации // Социологические исследования — 2001 — № 10 — с. 58—63.

КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ

Махмутова Гюзель Абделляхатовна

студентка 4 курса, факультета экономики и управления УлГПУ

И.Н. Ульянова, г. Ульяновск

E-mail: miss.mahmutowa2012@yandex.ru

Прудникова Ольга Александровна

научный руководитель, канд. экон. наук, доцент факультета экономики и управления УлГПУ И.Н. Ульянова г. Ульяновск

В современном мире очень трудно выжить, игнорируя такое явление как конкуренция. Конкуренция является своеобразной силой, которая толкает производителя на улучшение качества, на снижение цен, на увеличение объема сбыта, на борьбу за заказы и потребителя.

Деятельность предприятий может стать более продуктивной и популярной, предложив потребителям существенные выгоды, например, более низкие по сравнению с конкурентами цены на аналогичные товары и услуги или лучшее качество, оправдывающее более высокие цены. Следовательно, маркетинговые стратегии не должны ограничиваться исследованием только потребностей клиентов, но и необходимо учитывать стратегии конкурентов. Таким образом, для разработки конкретных конкурентных стратегий,

позволяющим компании выстоять и выиграть в борьбе с конкурентов необходимо начать с анализа конкурентов.

Тема конкуренции и конкурентных стратегий, на наш взгляд, всегда будет актуальна, ведь каждая организация с этим сталкивается, а для нашей страны она приобретает особую актуальность, так как в России только еще начинают развиваться «здоровые» конкурентные отношения, следовательно, чтобы выйти на рынок и процветать в нем, предприятию необходимо стратегические планы и использовать конкурентные стратегии.

Компании могут достигать значительного конкурентного преимущества путем разработки предложений, которые смогут удовлетворить потребности клиентов в большей степени, чем предложения конкурентов, конечно учитывая свои коммерческие цели.

Конкуренция — это соперничество на каком-либо сегменте рынка между отдельными предприятиями, заинтересованными в достижении одной и той же цели. Такой целью является максимизация прибыли за счет завоевания предпочтений потребителя.

Для результативного планирования и дальнейшего применения конкурентных стратегий, организации необходимо выяснить все, что возможно о своих конкурентах. Ей необходимо постоянно сравнивать качество своих товаров, цены на них, канала сбыта и методы улучшения сбыта с теми, которые использует ее конкуренты, выявить и проанализировать свои преимущества и недостатки.

Согласно научным исследованиям профессора Гарвардской школы бизнеса М. Портера, автора основных моделей по определению главных сил конкуренции и вариантов конкурентных стратегий, анализ конкурентов состоит из четырех основных диагностических компонентов: будущих целей, текущей стратегии, представлений и потенциальных возможностей. Раскрытие этих компонентов дает возможность предсказывать характер реакции конкурентов, основываясь на ключевых вопросов: «Удовлетворен ли конкурент своей текущей деятельностью?», «Какие вероятные действия или изменения может

предпринять конкурент?», «Каковы уязвимые места конкурента?», «Что может вызвать наиболее сильные и эффективные меры со стороны конкурентов?». Большинство компаний чаще всего ограничиваются лишь частичным анализом, позволяющий получить размытое представление о текущих вариантах стратегии конкурентов, их преимуществах и уязвимых местах. Значительно меньшее внимание, как правило, уделяется понимаю движущих сил, определяющих поведение конкурента, т. е. его будущих целей и его представлений о собственной позиции и состоянии своей отрасли. Определить эти движущие силы гораздо сложнее, чем фактическое поведение конкурента, однако именно они определяют его будущее поведение [2, с. 85].

Результаты анализа позволят более обоснованно подойти к вопросам разработки конкурентной стратегии.

Как отмечает М. Портер, состояние конкуренции в отрасли зависит от пяти основных конкурентных сил: проникающим в отрасль новым конкурентам, выпускающим аналогичные товары, угрозе со стороны субститутов, компаниям-конкурентам, уже закрепившимся на отраслевом рынке, воздействию поставщиков и воздействию клиентов.

Новые конкуренты, входящие в отрасль стремятся захватить долю рынка и значительные ресурсы, они несут собой новые производственные мощности, кроме того сложнее провести их анализ. Существует шесть основных источников возникновения барьера для вхождения в отрасль:

- экономия на масштабе, заставляющая начинать свою деятельность либо с больших объемов, сильно рискуя при этом, либо с малых объемов при неблагоприятном уровне издержек
- дифференциация продукта, означающая, что фирмы уже действующие в отрасли пользуются преимуществом узнаваемости и доверия со стороны потребителей
- потребности в капитале
- издержки переключения

- доступ к оптовым и розничным каналам сбыта, связанные с необходимостью обеспечить сбыт своего продукта

- политика государства, также может послужить барьером для новичков, ведь оно может ограничить или даже закрыть входение в ту или иную отрасль с помощью таких средств как, например, лицензирование [2, с. 38—46].

Субституты заметно обостряют конкуренцию, удовлетворяя те же потребности клиентов, как правило за счет изменения состава на более дешевые ингредиенты, а следовательно и снижение цены. Препятствиями в данном случае могут стать:

- рекламные атаки на потребителя, акцентирующие внимание на качестве продукта

- производство новых, оригинальных продуктов

- улучшение качества сервиса при продаже и распространении товара

Внутриотраслевая конкуренция. Здесь в качестве барьеров можно также использовать опыт и масштаб.

Воздействие поставщиков выражается в их возможности повышать цену на свои товары, снижать качество поставляемых продуктов и услуг.

Воздействие покупателей на конкуренцию выражается в их возможности давить на цены в целях их снижения, в требовании более высокого качества или лучшего обслуживания [2, с. 58—61].

Несмотря на учет всех пяти основных сил конкуренции ни одно предприятие, на наш взгляд, не может достичь превосходства над конкурентами по всем коммерческим характеристикам товара и средствам его продвижения на рынке. Необходим выбор приоритетов и выработка стратегии, в наибольшей степени соответствующей тенденциям развития рыночной ситуации и наилучшим способом использующей сильные стороны деятельности предприятия. Современный рынок очень чувствителен к качеству изделий и услуг, т. к. у нынешнего потребителя есть огромный выбор аналогичных товаров, но по качеству ассортимент сильно варьируется. Поэтому по нашему мнению, качество должно выступать как основное

направление разработки конкурентных стратегий, определяющий коммерческий успех компании. К сожалению производители предпочитают игнорировать факт, что потребители очень нуждаются в качественной продукции, из-за больших затрат на их производство. Но повышение уровня качества оказывает влияние на снижение расходов производства за счет расширения масштабов на рынке, а следовательно, и объема производства, что ведет к экономии расходов на масштабах производства, кроме того стратегии повышения качества, ведущие к росту доли на рынке, одинаково применимы как для крупных, так и для небольших фирм.

Существенно отставая от ведущих стран мира по уровню конкурентоспособности, исключительно важным для отечественной экономики является коренное повышение качества товаров в целях расширения экспорта, и, следовательно, завоевать зарубежный рынок. Что касается отечественного рынка то, повышая качество, мы укрепим конкурентные позиции на нем. Правила конкурентной борьбы вынуждают в необходимости наличия постоянной информации об изменениях в требованиях потребителя и реальной картины того, что потребитель считает для себя важным [3, с. 180].

Известный специалист в области управления качеством японский профессор К. Исикава считает, что для эффективного управления необходимо знать в каких показателях качества нуждается потребитель и какова взаимосвязь между важными и второстепенными показателями. Если этого не знать, то компании будут получать лишь жалобы потребителей, несмотря на то, что изделие имеет хорошую конструкцию, хорошие технические характеристики, соответствует действующим стандартам и прошло жесткий контроль в производстве» [1, с. 85].

Хотелось бы верить, что компании в погоне за выгодой не забывали кому они продают свои товары и услуги, и были все таки ориентированы на удовлетворение потребностей людей, а следовательно выбрали качество как основное направление конкурентной стратегии.

Список литературы:

1. Исикава К. Японские методы управления качеством: Сокр. пер. с англ./ На-учн. ред. и авт. предисл. А.В. Гличев. — М.: Экономика, 1988 — 199 с.
2. Портер М., Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2008 — 464 с.
3. Философова Т.Г., Быков В.А., Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность: учебное пособие. — М: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 — 295 с.

ПОРТФЕЛЬНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ДОРОЖНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Мильович Алена Сергеевна

*студент 5 курса, кафедра финансового менеджмента в строительстве
СГАСУ, г. Самара
E-mail: milovich.alena@mail.ru*

Ларкина Алла Анатольевна

научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры финансового менеджмента в строительстве СГАСУ, г. Самара

Наиболее актуальной в российской экономике считается проблема повышения конкурентоспособности промышленности за счет её технологического переоснащения и подъема наукоемких отраслей производства. Конкуренция заставляет улучшать качество производимой продукции, расширять ее ассортимент, активизирует поиск новых организационно-управленческих решений. Поэтому возрастает необходимость предприятий в доступе к передовым технологиям. Здесь конкуренция выступает как фактор восприимчивости предприятий промышленности к нововведениям. Чем жестче условия конкуренции, тем больше предприятие нуждается в инновациях. Таким образом, политика предприятий, как система стратегических мер, должна основываться на внедрении новшеств.

Формирование инновационной стратегии предполагает выбор приоритетов технологического развития предприятия, которые выражаются в выборе конкретных проектов по разработке и внедрению инновационных технологий.

В настоящее время наибольшее применение получает портфельный подход, то есть менеджер организации формирует портфель инновационных проектов, которые предполагают соответствие долгосрочных целей развития конкурентоспособности предприятия [1]. Портфель инноваций представляет собой перечень новшеств покупных и собственной разработки, подлежащих внедрению в организации [3, с. 379].

На основе портфельного подхода при выборе проектов используется совокупность методов, которые должны быть направлены на сохранение первоначально вложенных средств, достижение высокого уровня доходности, снижение уровня риска. Производится оценка эффективности проектов, делается вывод об окупаемости проектов [2, с. 98]. Далее осуществляется выборка проектов в соответствии с финансовыми возможностями предприятия.

В качестве примера для практического применения данного подхода выбрано предприятие, специализирующееся на дорожно-ремонтных работах. Данное предприятие расположено в Самарской области. Менеджменту компании предстоит решение о внедрении в производство инновационной установки — рециклера. Для этого рассчитаны показатели инвестиционной (табл. 1) и производственной эффективности нововведения. Так же произведены поиск и сравнение источников финансирования инновационной деятельности дорожного предприятия, по результатам которых предпочтительным стал вариант приобретения установки в лизинг, и произведен поиск поставщиков новой техники.

Экономический эффект ($E_{UPD_{p_1}}$) и его прирост в сравнении с аналогом (ΔE_{UPD_p}) рассчитывается по следующей формуле:

$$E_{UPD_{p_1}} = \left(E_{1p_1} - I_{1p_1} \times a_{n;i}^{-1} \right) + \left(UPD_{2p_1} - I_{2p_1} \times a_{n;i}^{-1} \right) + \dots + \left(UPD_{np_1} - I_{np_1} \times a_{n;i}^{-1} \right)$$

И

$$\Delta E_{UPD_p} = E_{UPD_{p_1}} - E_{UPD_{p_0}} \quad (1)$$

где: $UPD_{t_{p_1}}$ — общий объем чистой продукции, включая амортизацию, полученный за счет применения нововведения в год его применения t , где $t = \overline{1, n}$;

$I_{t_{p_1}}$ — общая сумма капитальных вложений, приведенная к расчетному году с помощью коэффициентов приведения;

$E_{UPD_{p_0}}$ — экономический эффект, вычисленный на основе чистой продукции, включая амортизацию, полученный за счет применения аналога (руб.).

Аналогично рассчитывается экономический эффект от применения нововведения и его прирост в сравнении с аналогом, вычисленные по чистой продукции, доходу, чистому доходу или чистой прибыли.

Таблица 1.

Сравнительный анализ показателей инвестиционной эффективности нововведения на дорожном предприятии

Показатели	Ед. измерения	В расчете на год		
		Вариант 1	Вариант 2	Прирост, уменьшение
Экономический эффект в сравнении с аналогом, вычисленный на основе дохода	Тыс. р.	17872,5	101232,15	+83359,65
Экономический эффект в сравнении с аналогом, вычисленный на основе чистого дохода	Тыс. р.	10190,5	52884,65	+42694,15
Рентабельность капитальных вложений, вычисленная по:				
Доходу	%	5,47	24,7	+19,23
Чистому доходу	%	3,68	22,9	+19,22
Срок окупаемости капитальных вложений, вычисленный по:				
Доходу	Годы	0,57	0,111	-0,45
Чистому доходу	Годы	1,05	0,21	-0,84

Экономия от снижения себестоимости продукции за счет реализации нововведения в сфере его производства, создания или использования в сравнении с аналогом в расчете на год (руб.) вычисляется по формуле:

$$E_{CGD} = \frac{CGPD_1}{CGPD_0} \times CGD_{N_0} - CGD_N = CGD_{CN_0} - CGD_{N_1} \quad (2)$$

где: $CGPD_0$ — объем продукции, произведенной в базовом варианте, в сфере производства, создания или использования в расчете на год (руб.);

CGD_{N_1} и CGD_{N_0} — нормативная производственная себестоимость продукции, созданной соответственно с применением нововведения и аналога в расчете на год (руб.); рассчитывается по нормам, установленным соответственно после и до внедрения (руб.).

Сравнительный анализ оценочных показателей производственной эффективности нововведения указал на следующее. Показатель добавленной стоимости, включая амортизацию, при реализации второго проекта превысит соответствующий показатель по первому проекту на 19,5 млн. рублей.

Наиболее высокими темпами возрастет потенциальная прибыль. При реализации второго проекта она увеличится в 5,01 раз или на 16,3 млн. рублей в расчете на год по сравнению с аналогом. Увеличение дохода при втором варианте составит 20,4 млн. рублей, тогда как при реализации первого проекта данный показатель составит около 4 млн. рублей. Экономия от снижения себестоимости продукции за счет снижения материалоемкости по второму варианту составит порядка 16 млн. рублей.

Исходя из анализа оценочных показателей инвестиционной и производственной эффективности инноваций, можно сделать однозначный вывод о том, что второй вариант является наиболее выгодным для предприятия.

Таким образом, смысл портфельного подхода заключается в том, что на его основе происходит достижение баланса между конкурентоспособностью предприятия в долгосрочном периоде и прибыльностью

в краткосрочном периоде по средствам выбора альтернативных инновационных проектов. Чем больше проектов будет включено в портфель, тем больше вариантов развития будет предложено предприятию. Такой подход предполагает анализ реальных финансовых, технических и других характеристик предприятия, что позволяет определить готовность предприятия к выполнению инновационных задач. Поэтому портфельный подход к управлению инновационной деятельностью может быть использован в любых предприятиях независимо от размера и сферы деятельности.

Список литературы:

1. Демченко А.О., Рогова Е.М. Методический подход к отбору проектов в портфель инновационно-активного предприятия // Экономические науки. — 2011. — № 6. с. 153—159.
2. Титова Е.В. Портфель инноваций. Инструменты формирования и управления инвестиционным портфелем // Креативная экономика. — 2010. — № 11. с. 98.
3. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. СПб.: Питер, 2005. — 448 с.

ПЛАНИРОВАНИЕ КАРЬЕРЫ

Родькина Анастасия Александровна

*студент 4 курса, факультета экономики и управления УлГПУ
им И.Н. Ульянова, г. Ульяновск
E-mail: raatozek@mail.ru*

Прудникова Ольга Александровна

*научный руководитель канд. экон. наук, доцент факультет экономики
и управления УлГПУ И.Н. Ульянова г. Ульяновск*

В настоящее время правильное планирование карьеры дает нам возможность достичь высоких результатов в будущем. Человек должен правильно оценивать свои деловые качества и уметь соотнести их с теми требованиями которые ставит перед ним организация, его работа. От этого и будет зависеть успех всей его карьеры.

На сегодняшний день, эта тема актуальная для нас, так как мы живем в условиях роста конкуренции, увеличения роли человека в жизни деятельности своей страны, успешность управления организацией напрямую зависит от эффективности руководящих кадров. Это подтверждается опытом уже преуспевающих зарубежных объединений, давно осознавших важность того, как и кто продвигается по карьерной лестнице, и большое внимание они уделяют именно формированию деловой карьеры персонала организации.

Что же понимается под термином «карьерера», в толком словаре русского языка Д.Н. Ушакова под термином «карьерера» понимается движение, путь кого-нибудь к внешним успехам, славе, выгодам, почету, сопровождающее деятельностью на каком-нибудь общественном поприще.

А вот под термином «деловая карьера» понимают процесс профессионального, статусно-ролевого, личностного развития человека в организации, сопровождающийся его продвижением по карьерной лестнице и вознаграждения соответствующие занимаемой должности [1, с. 86—125].

Для оценки особенностей личности в начале профессионального пути важно учитывать не только деловые качества, но и тип личности человека, выбирающего область деятельности.

Дмитрий Аширов (проректор Московского университета экономики, статистики и информатики по связям с общественностью), описывает 6 подходов к построению карьеры по типу личности:

«Альпинист» — человек делающий карьеру сознательно, с полной внутренней отдачей. Как правило, проходит все ступени, снизу доверху. Это хороший профессионал, он делает следующий шаг, по карьерной лестнице только хорошо закрепившись и подстраховавшись.

«Иллюзионист» — человек, стремящийся к высотам, верящий в свои силы, но склонный воспользоваться обстоятельствами, чем заниматься отработкой ситуации. Он создает видимость работы, нежели её выполняет. Такой работник создает имидж успешного человека и хорошо его эксплуатирует.

«Мастер» — человек, способный усваивать как новые области в своей профессии, так и смежные профессии. Однако получив уверенность и стабильность, теряет интерес к работе, так как продвижение по карьерной лестнице его не интересует. Главное — саморазвитие и самоопределение.

«Муравей» — человек, исполнитель и профессионал, четко выполняет задачи и инструкции, так как боится совершить ошибку. Как исполнитель очень ценен. Но этот работник не способен стать руководителем.

«Коллекционер» — это человек, которому легче мечтать о головокружительной карьере, чем работать, получать необходимый опыт и навыки, чтобы стать профессионалом. Он получает отличное образование, но из-за неуверенности в своих силах, не представляет свой карьерный путь, но четко знает, что хотел бы стать начальником.

«Узурпатор» — это человек, который в жизни надеется в основном на себя и на свои силы, самолюбив и недоверчив и склонен к самокритике, что мешает его карьере. Будучи очень ответственным, контролирует не только свою работу, но и работу коллег. Но излишний контроль приводит к тому, что он выходит за рамки собственных полномочий, что вызывает конфликтные ситуации в коллективе [4].

Ознакомившись с данной характеристикой по типу личности, мы делаем каждый для себя, вывод о достоинствах и недостатках продвижения по карьерной лестнице.

Этапами деловой карьеры называются отрезки трудовой жизни человека в какой-либо сфере деятельности, для достижения и жизненных целей в том числе.

Давайте рассмотрим более подробно виды деловой карьеры, в настоящее время их существует семь видов:

«Внутриорганизационная карьера» — продвижение человека по карьерной лестнице внутри организации. Она может быть вертикальной, горизонтальной, внутренней и центростремительной.

«Межорганизационная карьера» — вид карьеры, где работник проходит все стадии карьерного развития: обучение, поступление на работу, профессиональный рост, уход на пенсию.

«Карьера профессиональная (специализированная)» — вид карьеры, где работник проходит различные стадии профессиональной деятельности.

«Карьера профессиональная (неспециализированная)» — вид карьеры, когда работник поднимается по служебной лестнице, не задерживаясь на одной должности более чем на три года.

«Карьера вертикальная» — вид карьеры, когда происходит карьерный рост с повышением в должности и увеличением оплаты труда.

«Карьера горизонтальная» — вид карьеры, когда происходит переквалификация работника и перемещение его в другую отрасль деятельности.

«Карьера центростремительная (скрытая)» — вид карьеры, когда общение с руководством организации носит неформальный характер и работник пользуется большим преимуществом, нежели все остальные сотрудники [2, с. 27—29].

Так же немаловажным фактором карьерного роста является возраст работника.

В таблице 1 «Этапы карьеры» представлено краткое описание этапов карьеры по возрастам.

Таблица 1.

«Этапы карьеры»

Этап карьеры	Возрастной период	Краткая характеристика	Особенности мотивации (по Маслоу)
Предварительный	до 25 лет	Подготовка к трудовой деятельности, выбор области деятельности	Безопасность, социальное признание
Становление	до 30 лет	Освоение работы, развитие профессиональных навыков	Социальное признание, независимость
Продвижение	до 45 лет	Профессиональное развитие	Социальное признание, независимость
Завершение	до 60 лет	Подготовка к уходу на пенсию	Удержание социального признания
Пенсионный	после 65 лет	Занятие другими видами деятельности	Поиск самовыражения в новой сфере деятельности

1. Предварительный этап. Это получение образования в школе, в средне специальных учебных заведениях, в вузах. На этом этапе можно менять рабочие места в поисках того который, отвечал бы всем потребностям и интересам. Когда такое место работы найдено, начинается процесс самоутверждения человека как работника, как личности. Для успешного продвижения по карьерной лестнице на данном этапе нужно смириться с своей зависимостью от вышестоящих лиц.

2. Этап становления. Происходит освоение выбранной профессии, приобретается опыт практические навыки, квалификация, происходит самоутверждение. Возникает потребность в независимости и работник может стать профессионалом в выбранном виде деятельности. Однако на этом этапе работник может потерпеть неудачу, и снова оказаться в зависимом положении, а может и утвердиться, став независимым.

3. Этап продвижения. На этом этапе продолжается повышение квалификации, продвижение по службе, накапливание практического опыта и формирование навыков. У работника растет потребность в самоутверждении, в достижении более высокого статуса, ещё большей независимости. Одновременно с карьерным ростом часто начинается процесс творческого развития и передачи своих знаний и практического опыта молодежи. Большое внимание работников направлено на увеличение доходов и поддержания здоровья. На данном этапе карьеры, работник стремятся расширить свои возможности, налаживают отношения с другими организациями, начинают работать по совместительству, они несут ответственность уже не только за себя, но и за своих подчиненных, так как могут занимать руководящие должности, но в то же время они могут опуститься на уровень второй стадии карьеры. Человек начинает, задумывается о том, как обеспечить себя после выхода на пенсию, старается найти для себя другие источники доходов.

4. Этап завершения карьеры. На этом этапе работник готовится к выходу на пенсию. Все усилия он направляет на поиск и обучение молодой смены.

Основная потребность работника на этом этапе, сохранить социальное признание своих заслуг.

5. Пенсионный этап. После выхода на пенсию человек начинает заниматься другими видами деятельности, но иногда продолжая сотрудничать с организацией, в которой он работал ранее. Основная потребность в этот период у человека это поиск возможности для самовыражения в новых сферах деятельности [3, с. 98—124].

Из кратко описанного выше можно сделать вывод о том, что трудовая жизнь работника состоит из пяти этапов:

Первый этап предварительный: это учеба, поиск профессии.

Второй этап становления: это освоение выбранной профессии.

Третий этап продвижения: это рост квалификации и продвижение по службе.

Четвертый этап сохранения: это закрепление достигнутых результатов, достижения пика квалификации.

Ну и пятый этап завершения; это подготовка к уходу на пенсию.

Но нужно помнить о том, что этапы деловой карьеры различаются в зависимости от профессии работников.

Как же поступить тем людям, которые только в 40 лет задумались о карьерном росте, можно ли в таком возрасте начать управлять карьерой?

Конечно можно, начать жизнь заново никогда не поздно. Свое мнение по этому вопросу высказал ведущий эксперт Российского института директоров, Российской академии образования, Михаил Кларин. Он говорит о том, что в силу возраста, какие то качества в человеке, стали несколько ниже, но они с лихвой компенсируются богатым опытом. Ведь нужно значительно меньше усилий, чтобы достичь результатов лучше прежних. До 60 лет у людей есть все, чтобы настоять на своем и стать тем, кем им хочется. Ненужно верить тем, кто в вас уже не верит. Пусть все вокруг считают — что для вас все уже закончилось. Только каждый сам для себя знает, что все ещё только начинается. В жизни множества людей самые

разнообразные неудачи оказывались предтечами самых больших достижений. Любое событие в вашей жизни может укреплять или ослабевать вас. Но как оно, в конечном счете, повлияет на вас, выбор всегда за вами [5].

На самом деле построение карьеры для каждого человека сугубо индивидуально. Это зависит от многих жизненных и личностных факторов каждого из нас. Главное никогда не отчаиваться если что-то не получается, а просто верить в себя и в свои силы. Даже если вы не смогли построить карьеру на раннем этапе своей жизни, то это всегда можно сделать и на более поздних этапах. Ничего не бойтесь все в ваших руках.

Список литературы:

1. Армстронг Майкл. Основы менеджмента. Как стать лучшим руководителем /М. Армстронг — Ростов-н/Д.: Феникс, 2008. — 512 с.
2. Бабинов Е.Н. Аттестация — как один из методов повышения профессионализма работников службы управления персоналом/ Е.Н. Бабинов — М., 2009. — вып. 1 — 3. — с. 27—29.
3. Бударин В.Б. Роль и задачи кадровых служб обществ и организаций в реализации мер по повышению эффективности производственной деятельности трудовых коллективов в период структурного реформирования /В.Б. Бударин — М.: Дело, 2009. — 358 с.
4. Юлия Лукашенко. Как планировать карьеру: сайт. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [//http://bankir.ru/publikacii/s/kak-planirovat-kareru-8557373](http://bankir.ru/publikacii/s/kak-planirovat-kareru-8557373) (дата обращения: 20.02.2013).
5. Stockmaster. Сайт — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [//http://stockmaster.kz/3533-kak-planirovat-kareru.html](http://stockmaster.kz/3533-kak-planirovat-kareru.html) (дата обращения: 20.02.2013).

СЕКЦИЯ 3. РЕГИОНОВЕДЕНИЕ

ОСОБЕННОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В ТЮМЕНСКОМ РЕГИОНЕ

Шведова Любовь Юрьевна

*студент 1 курса, кафедра Менеджмента, маркетинга и логистики, ТюмГУ,
г. Тюмень*

E-mail: lubka198@mail.ru

Шведова Марина Федоровна

научный руководитель, канд. соц. наук, доцент ТГАМЭУП, г. Тюмень

Объективной основой регионализации отношений малого бизнеса выступает определенная обособленность регионов в национальной экономической системе. Малый бизнес более тесно связан с региональной воспроизводственной системой, чем крупный бизнес, работающий в большей степени на российский рынок, и, зачастую, ориентированный на экспорт. Деятельность малых фирм осуществляется на локальных рынках, полностью включаясь во все фазы регионального воспроизводственного процесса. Поэтому значимость региональных условий для функционирования малого бизнеса — намного выше, чем для других видов бизнеса.

По мнению ряда ученых, на развитие малого бизнеса в регионе оказывают влияние следующие факторы:

- свойства географической среды, определяющие уровень развития производительных сил в регионе;
- отраслевая структура экономики, концентрация производства и связанные с ними размерные характеристики, предопределяющие возможности развития малого бизнеса;
- состояние трудовых ресурсов как социально-культурный потенциал малого бизнеса;

- уровень жизни населения, определяющий величину и структуру спроса на продукцию мелких предприятий;
- безработица в регионе как фактор самозанятости населения через предпринимательскую деятельность;
- развитость рыночной инфраструктуры, обеспечивающей предпринимательскую деятельность в регионе [2, с. 94].

Тюменская область относится к развитым в социально-экономическом отношении регионам; ее современный экономический потенциал сформировался в ходе промышленного освоения северных территорий, богатых запасами природных ресурсов, прежде всего углеводородного сырья.

Важнейшим фактором воспроизводства в Тюменском регионе выступают внутрирегиональные различия. Основное производство сосредоточено в населенных пунктах Ханты-мансийского и Ямало-Ненецкого автономных округов (94,5 % товарной продукции, связано с добычей нефти и газа), занимающих 89,5 % территории региона. В то же время на юге области, где проживает почти половина населения, сконцентрированы машиностроительный и сельскохозяйственный комплексы региона. Диверсификация производства здесь выше из-за наличия благоприятных экономико-географических условий. Таким образом, для области изначально характерны внутрирегиональные особенности в условиях развития малого бизнеса.

В контексте временной локализации развития российского малого бизнеса имеют место различные подходы, анализ которых позволил выделить четыре этапа, соотнесенных с этапами приватизационных процессов переходного периода. *Первый этап* проходил в период спонтанной (доваучерной) приватизации (1986—1991 гг.). В этот период малый бизнес допускался как дополнение к мощному государственному сектору, не предполагая системных рыночных преобразований. *Второй этап* связан с периодом ваучерной или массовой приватизации (1992—1994 гг.). Это время характеризуется общепринятым термином «грюндерство». Статистические данные показывают, что 1992 год — год шоковой терапии — характеризовался

самыми высокими с середины 80-х годов темпами роста числа малых предприятий (в 2,1 раза) [5]. *Третий этап* качественных изменений в динамике и структуре малого бизнеса начался в 1995 г. и сопровождался значительным сокращением прироста малых предприятий вплоть до кризиса 1998 г. Финансовым кризисом 1998 г. отмечается начало *четвертого этапа*. Кризис активизировал новый передел собственности и сказался на работе фирм всех размеров. Сокращение покупательной способности населения (на 23 % за осень 1998 года) привело к тому, что около 30 % малых предприятий были вынуждены прекратить свою деятельность после августа 1998 года, из них 10 % прекратили её навсегда [1, с. 41].

Становление малого бизнеса в Тюменском регионе проходило теми же этапами, что и в целом по России, имея при этом свои специфические особенности. Анализ данного процесса затруднен ввиду отсутствия единой статистической базы за первоначальные периоды становления малого бизнеса (1987—1995 гг.). В конце 80-х — начале 90-х годов статистика фиксировала результаты хозяйственной деятельности только небольшой группы отчитавшихся предприятий. С 1994 г. областным комитетом статистики предоставлялась наряду с этим оценочная информация по всем малым предприятиям, но носящая ограниченный характер. С 1996 г. и по настоящее время статистика малого бизнеса полностью ориентирована на оценочные показатели.

В Тюменской области становление малого бизнеса началось в 1987 г. с появлением первых кооперативов. Согласно статистическим данным, на начальном этапе приватизационных процессов к концу 1990 г. в Тюменской области насчитывалось 3890 действующих кооперативов с численностью работающих 127410 человек [4, с. 48].

Статистическая база не позволяет провести сравнительный анализ становления малого бизнеса по годам этого периода. Однако в развитии малого бизнеса в 1987—1992 гг. можно выделить несколько определяющих тенденций, в том числе и высокую динамичность его становления в регионе. За 1987—

1990 г. число кооперативов возросло в 35 раз, в то время как в целом по стране их число увеличилось только в 14 раз [1]. За 1991—1992 гг. численность малых предприятий возросла в 3,4 раза без учета кооперативов, достигнув к июлю 1992 г. 7283 единицы [3, с. 24].

Важным этапом становления малого бизнеса в регионе, как и в целом по стране, явились годы чековой приватизации (1992—94 гг.). В течение второго полугодия 1992 г. было приватизировано 129 государственных и муниципальных предприятий. С началом массовой приватизации довольно быстрыми темпами сокращался удельный вес кооперативов: с 50,6 % в июле 1992 г. до 25,5 % на конец года [1, с. 38]. Это объясняется не только ликвидацией разорившихся кооперативов, не выдержавших непрерывно усложнявшейся социально-экономической ситуации, давления жёсткого налогового пресса, но и тем, что, проходя перерегистрацию, многие из них меняли организационно-правовую форму и форму собственности. Так, по данным Облкомстата, если на 01.01.1991 г. в Тюменской области действовало 3775 кооперативов, то на 01.01.1993 г. их осталось 914, сокращение произошло на 87 %. В то же время число малых предприятий (не кооперативов) за один только 1993 год увеличилось в 2,4 раза (2465 в 1992 г. и 6005 в 1993 г.). Численность занятых в малом бизнесе на протяжении 1992 г. сокращалась: на начало года в малых предприятиях трудилось 96,3 тысячи работников, к концу первого полугодия — 78,5 тысячи, на конец года — 65,3 тысячи человек. Однако к концу 1993 г. численность занятых на малых предприятиях возросла до 73 тысяч человек, причем за год в этих предприятиях число работающих по договорам подряда и трудового соглашения возросло на 16 тысяч человек. Таким образом, уже в 1993 г. каждый 13-тый работник, занятый в народном хозяйстве области, постоянно или время от времени трудился в сфере малого бизнеса, тогда как в 1992 г. — лишь каждый двадцатый [3, с. 26—27]. Без сомнения, малый бизнес способствовал и способствует разрешению проблемы занятости населения, расширяя сферу приложения труда, стимулируя инициативу и содействуя более

полной реализации творческого потенциала. Характерной особенностью малого бизнеса являлось широкое применение труда по договорам подряда, другим договорам гражданско-правового характера и совместительству. На таких условиях в малых предприятиях работали каждые четыре из 10 человек, в то время как в других организациях области — лишь один из десяти.

Следует отметить, что размещение предприятий малого бизнеса находилось в непосредственной зависимости от уровня урбанизации территорий. В городах находилось свыше 75 % предприятий, численность постоянных работников которых, включая совместителей, составляла более 4/5 от численности всех мелких предпринимателей. Самыми насыщенными малыми предприятиями городами были города Тюмень, Ноябрьск, Нижневартовск, Сургут. Надым. В среднем, каждые семь из десяти малых предприятий действовали на территории автономных округов с численностью работников, составляющей 70,8 % от областного уровня. Это объясняется спецификой ресурсного потенциала региона [3, с. 27].

Третий этап становления малого бизнеса в регионе характеризовался специфической особенностью. Если в целом по России 1994—98 годы характеризовались стагнацией и даже сокращением числа малых предприятий и работающих в них, то в Тюменском регионе прослеживалась несколько иная тенденция. Согласно данным облкомстата, с 1995 г. наблюдалось устойчивое увеличение числа предприятий малого бизнеса: с 6 301 в 1995 г. до 34 358 в 1997 г., а также численность занятых в них: с 54 567 человек в 1995 году до 286 655 человек в 1997 г. Рост среднесписочной численности произошел за счет уменьшения количества работников, работающих по совместительству или по трудовому договору [7, с. 122]

На четвертом этапе (1998—2002 гг.), в целом, число малых предприятий Тюменской области сократилось в 2,1 раза (с 34358 в 1997 году до 16760 в 1998 году), к началу 2003 г. число действующих предприятий составляло 14315 единиц. К наиболее пострадавшим сферам относятся производ-

ственные виды бытового обслуживания населения (сокращение в 3,7 раз), образование (в 2,2 раза), торговля и общественное питание (в 1,5 раза).

Однако, несмотря на то, что торговля и общественное питание получили сильнейший удар в 1998 г, уже к 2002 г. наибольшее количество малых предприятий действовало именно в этой сфере: 32,0 % [6, с. 118].

Анализ развития малого бизнеса Тюменской области по этапам его становления позволяет определить особенности малого бизнеса региона:

- развитие промышленных малых предприятий региона в значительной степени отстает от российского, что объективно определяется укрупненным характером производства в области и неустойчивостью региональных условий функционирования малого бизнеса;

- около одной трети малых предприятий составляют строительные организации. Причиной этого может служить сложившиеся за многие годы противоречия в развитии производственной и социальной инфраструктуры Тюменской области;

- достаточно высокая доля предприятий торговли и общественного питания свидетельствует о том, что малым предприятиям по-прежнему легче закрепиться в сфере обращения;

- недостаточная с точки зрения природно-климатических условий и социального развития области доля малых предприятий здравоохранения, образования и культуры. Так, в 2002 г. удельный вес предприятий здравоохранения в региональной структуре составил 1,9 %, в РФ — 2,0 %; культуры и искусства соответственно 0,6 % и 0,9 %. Таким образом, малый бизнес не смог разрешить в полной мере противоречие социальной структуры.

В настоящее время период становления бизнеса в Тюменском регионе, как и, в целом, по России, в основном закончен. Институциональные преобразования проявляются в процессах перераспределения собственности с целью поиска эффективного собственника, а также упорядочения взаимоотношений «производитель-потребитель», «производитель-производитель»;

таким образом, идёт процесс перехода от «стихийного» к «оптимизированному» капитализму.

Список литературы:

1. Блинов А.С. Малое предпринимательство и большая политика// Вопросы экономики, № 3, 2000. — с. 39—44.
2. Гафиятов И.З. Региональные условия становления малого предпринимательства в отраслях нефтедобычи Республики Татарстан // Российское предпринимательство. — 2005. — № 11 (71). — с. 94—99.
3. Об итогах деятельности малых предприятий по Тюменской области за 1993 г. — Т.:Облкомстат, 1994. — с. 35.
4. Основные показатели деятельности кооперативов в Тюменской области за 1990 г. — Т.: Облкомстат, 1991. — с. 54.
5. РФ в 1992 г. Статистический ежегодник/ Госкомстат России. — М.: РИИЦ, 1993. — с. 150.
6. Статистический ежегодник. Тюменская область, 2002. Ч. 1. — Т.: Облкомстат, 2003. — с. 256.
7. Тюменская область 1985—1995 гг. (информационно-аналитический материал). — Т.: Облкомстат, 1996. — с. 385.

СЕКЦИЯ 4. ЭКОНОМИКА

АВТОМАТИЗАЦИЯ УЧЕТА РАСЧЕТОВ С ПЕРСОНАЛОМ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА

Барковская Дарья Александровна

*студент 4 курса экономического отделения ГБОУ СПО МО Московского
областного государственного автомобильно-дорожного колледжа г. Бронницы
E-mail: daxa.69@yandex.ru*

Зарубина Людмила Леонидовна

*научный руководитель, преподаватель информационного обеспечения
бухгалтерского дела, ГБОУ СПО МО Московский областной государственный
автомобильно-дорожный колледж г. Бронницы*

Вавилонская Ирина Николаевна

*научный руководитель, преподаватель бухгалтерского учета, ГБОУ СПО МО
Московский областной государственный автомобильно-дорожный колледж
г. Бронницы
E-mail: irina.vavilon@yandex.ru*

Заработная плата — это важнейшая экономическая категория, которая призвана соединить воедино интересы работника, предпринимателя и государства. Связь заработной платы работников с количественными и качественными результатами их труда осуществляется с помощью форм и систем заработной платы. По данным бухгалтерского учета проводится экономический анализ, с помощью которого необходимо регулировать конечные результаты финансовой деятельности предприятия.

Рассматривая проблемы оплаты труда, даже неискушенный в этом занятии человек может заметить, что одно только определение размера заработной платы может вызвать значительные затруднения. Причиной этого является высокая сложность расчетных операций по заработной плате. С увеличением численности работников, для которых применяются разные формы оплаты труда, растет и число ошибок. Снижается достоверность результатов расчета зарплаты, могут возникать задержки с её выплатой. Из-за большого объема

расчетов, связанных с начислением заработной платы, ручное оформление всех необходимых документов в настоящее время не практикуется. На рынке программных продуктов есть много специальных бухгалтерских программ, которые значительно упрощают ведение бухгалтерского учета: «1С: Бухгалтерия», «Парус», «Финансы без проблем», «Турбобухгалтер» и др. [6, с. 25]. Однако, в некоторых ситуациях применение такой информационной системы не целесообразно. Например, предприятие только начинает свою деятельность и не имеет достаточных средств или обученного персонала. Использование системы автоматизированного учёта расчетов с персоналом по оплате труда возможно и с использованием обычных офисных программ.

Для подавляющего большинства людей заработная плата является основным источником дохода. Поэтому вопросы, связанные с заработной платой (ее величиной, формой начисления и выплаты и др.), являются наиболее актуальными как для работников, так и для работодателей. Работник всегда желает иметь как можно более высокий уровень дохода, тогда как работодатель стремится сократить свои издержки.

Организация учета труда и заработной платы — один из наиболее ответственных и трудоемких участков работы бухгалтера. Правильное начисление зарплаты работникам является центральным в системе учета на предприятии. Системы автоматизированного учёта расчетов с персоналом по оплате труда созданная под требования конкретного предприятия, особенности организации работы бухгалтерии и даже для отдельного сотрудника разрабатываются фирмами производителями под заказ и стоят дорого. Но многие расчётные операции можно автоматизировать самостоятельно, используя офисные программы типовой комплектации компьютера.

Целью моей работы является возможность создать и предложить вариант автоматизации учета расчетов с персоналом по оплате труда с использованием типового программного обеспечения компьютера. Поэтому я поставила перед собой задачи ознакомиться с формами и системами оплаты труда

существующих на производствах, изучить порядок начисления заработной платы на предприятии и создать практическую разработку, позволяющую бухгалтеру не только усовершенствовать свою работу, но и исключить возможность случайных ошибок. При этом моей задачей, в том числе, было обойтись без привлечения специальных программных и финансовых средств.

Работа выполнена по данным предприятия «Бронницкий ювелирный завод». Завод входит в состав крупного торгово-промышленного холдинга «Бронницкий ювелир». Предприятие является обществом с ограниченной ответственностью. Это частное предприятие, занимающееся изготовлением и торговлей ювелирными изделиями из золота, серебра, драгоценных и полудрагоценных камней.

На предприятии применяются следующие системы оплаты труда:

1. окладно-премиальная;
2. сдельно-премиальная;
3. повременно-премиальная — рассчитывается на основе тарифной ставки сотрудника и отработанного им времени, с учетом премии в процентном соотношении в зависимости от исполнения целевых показателей [7].

И так как повременно-премиальная система оплаты труда установлена для большинства работников производства, в работе начисление происходит именно по этой форме.

Изучая вопрос, была составлена схема автоматизации (рис. 1). Как мы видим основным документом является расчетно-платежная ведомость, в которую заносятся данные из табеля учета использования рабочего времени, штатного расписания и других документов, а результат обработки данных, является основанием для составления производных документов. Все расчеты были автоматизированы непосредственно в расчетно-платежной ведомости. В работе в основном автоматизирован учет рабочего времени и обработка информации по штатному расписанию, обратив особое внимание на исчисление суммы совокупного годового дохода сотрудников. При необходимости

можно автоматизировать обработку данных в остальных документах, если будут предложения со стороны работодателей.



Рисунок 1. Схема автоматизации расчетов с персоналом по оплате труда

Знакомство с системой начнем с формы, в которой предлагается работать бухгалтеру. Предполагается, что при использовании моего модуля бухгалтеру не потребуется включать ничего кроме этой формы.

Рассмотрим, как происходит начисление заработной платы за месяц. Предполагается, что форма чистая (рис. 2), но если вдруг какие-то данные от предыдущего использования в полях формы остались, например, фамилия, то всегда можно быстро подготовить форму к работе, используя кнопку «Чистая запись». Макрос, написанный для этой кнопки линейной структуры, записывает в поля формы литерный ноль, что создает эффект пустого поля.

Рисунок 2. Титульная часть рабочей формы с незаполненными полями

Первоначально указываем данные сотрудника и выбираем название месяца, за который мы выполняем расчеты (рис. 3). При нажатии кнопки «Расчёт» система автоматически проставляет табельный номер, должность сотрудника, а также тарифную ставку, сумму налогового вычета в зависимости от количества детей. При этом все положения, действующие в текущем году [3], система учитывает автоматически.

Рисунок 3. Форма ввода/вывода данных структурирована с помощью вкладок

Вкладка «Отработано» (рис. 4) отображаются данные не только по количеству отработанных часов, в том числе в праздничные и выходные дни, но и итоговые суммы с учетом тарифной ставки сотрудника. Система автоматически определяет эту информацию на основе анализа заполненного за указанный месяц табеля и данных по штатному расписанию.

Справочно	Отработано	Начислено	Удержано	К выдаче
Рабочих часов	<input type="text" value="80"/>	час.	<input type="text" value="8 560,00"/>	руб.
Выходных	<input type="text" value="8"/>	час.	<input type="text" value="856,00"/>	руб.
Праздничных	<input type="text" value="0"/>	час.	<input type="text" value="0,00"/>	руб.

РАСЧЕТ

ЗАПИСЬ

ЧИСТАЯ ЗАПИСЬ

НОВАЯ РПВ

ПЕЧАТЬ

ВЫХОД

Рисунок 4. Вкладка «Отработано»

На вкладке «Начислено» (рис. 5) показаны все практикуемые на данном предприятии начисления. Первое начисление это сумма за отработанные часы, рассчитанная системой автоматически. Далее сумма премии, размер которой установлен на предприятии. Она зависит от процента определенного трудовым договором конкретного сотрудника. Эту информацию система выбирает из штатного расписания. Общая сумма начисления зависит еще и от сумм начисления отпускных, больничных. Суммы по этим позициям вносятся вручную из соответствующих документов.

Справочно	Отработано	Начислено	Удержано	К выдаче
Начислено за отработанное время			<input type="text" value="11 128,00"/>	руб.
Премия	<input type="text" value="20"/>	%	<input type="text" value="2 396,80"/>	руб.
Отпуск	<input type="text" value="0"/>	дн.		руб.
Больничный	<input type="text" value="4"/>	дн.	<input type="text" value="3 200,00"/>	руб.
Командировки	<input type="text" value="2"/>	дн.	<input type="text" value="2 228,00"/>	руб.
		Другое		руб.
Всего начислено			<input type="text" value="15 755,00"/>	руб.

РАСЧЕТ

ЗАПИСЬ

ЧИСТАЯ ЗАПИСЬ

НОВАЯ РПВ

ПЕЧАТЬ

ВЫХОД

Рисунок 5. Вкладка «Начислено»

При начислении заработной платы важны удержания. Аванс, алименты и другие удержания, также заносятся вручную. Налог рассчитывается с учетом

налоговых вычетов, о которых говорилось ранее, и подсчитывается общая сумма удержаний (рис. 6).

Справочно	Отработано	Начислено	Удержано	К выдаче
Аванс			5 000,00 руб.	
Алименты				
Другое				
Налог на доходы физических лиц			1 576,77 руб.	
Всего удержано			6 576,00 руб.	

Рисунок 6. Вкладка «Удержано»

В итоге можно проверить, сколько начислено, сколько удержано и сколько работник получит на руки на вкладке «К выдаче» (рис. 7). Полученный результат запишем в расчетно-платежную ведомость, используя кнопку «Запись». Можно приступать к расчетам для следующего сотрудника, очистив форму кнопкой «Чистая запись».

Справочно	Отработано	Начислено	Удержано	К выдаче
Начислено		13 529,00 руб.		
Удержано			1 581,00 руб.	
К выдаче				11 948,00 руб.

Рисунок 7. Вкладка «К выдаче»

Все расчеты внесены в типовую расчетно-платежную ведомость, в которой автоматически подведены итоги (рис. 8). Итоговая сумма прописывается

в ведомости прописью и цифрами. Формулы, осуществляющие данную операцию, расположены на скрытом от пользователя листе.

Сумма автоматически дублируется в заголовочной зоне ведомости. Также в заголовочной части автоматически проставляется срок для оплаты в кассу.

Система автоматически проставляет отчетный период, учитывая количество дней в месяце.

Расчетно-платежная ведомость													
№ п/п	Табельный номер	Должность (специальность, профессия)	Тарифная ставка (часовая, дневная) (оклад), руб.	Отработано часов			Начислено, руб.						Всего
				рабочих	выходных	праздничных	за текущий месяц (по видам оплат)						
							отработанное время	премия	отпуск	больничный	командировки	Другие доходы в виде различных социальных и материальных благ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	13240	Кладовщик	107,00	80	8	0	9 416,00	2 054,40	260,00	240,00	1,00	0,00	11 971,40
2	23869	Токарь	95,00	134	16	0	14 250,00	2 365,50	260,00	240,00	1,00	0,00	17 116,50
3	54890	Кладовщик	107,00	136	32	0	17 976,00	4 280,00	260,00	240,00	1,00	0,00	22 757,00
ИТОГО:				350	56		41 642,00	8 699,90	780,00	720,00	3,00		51 844,90
По настоящей платежной ведомости выплачена сумма Сорок четыре тысячи сто девяносто рублей 18 коп. (прописью)													Выплаты про
				руб.				44 190 (цифрами)	руб.	18		коп.)	Расходный к

Рисунок 8. Итоги расчетно-платежной ведомости

Работа по расчету заработной платы и подготовке расчетно-платежной ведомости не занимают у бухгалтера слишком много времени, все основные операции автоматизированы.

При нажатии кнопки «Расчет» поля основной формы (рис. 2) заполняются данными из штатного расписания по каждому сотруднику (рис. 9). Частично это данные, которые занесены на основе трудового договора. Частично это уже расчетные формулы. Некоторые данные введены из сопутствующих документов.

ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ								
№ п/п	ФИО работника	Табельный №	Должность	Тарифная ставка	% премии	Количество детей	Сумма вычетов	Ра
1	Андреева Ольга Сергеевна	13240	Кладовщик	107,00р.	20	1	1 400,00р.	
2	Виноградов Андрей Дмитриевич	23869	Токарь	95,00р.	15	1	1 400,00р.	
3	Корулева Татьяна Вячеславовна	45643	Ювелир	119,00р.	20		- р.	
4	Лалетина Надежда Дмитриевна	54890	Кладовщик	107,00р.	20	1	1 400,00р.	
5	Нестерчук Наталья Владимировна	45067	Художник-модельер	148,00р.	15	3	9 000,00р.	
6	Осокин Александр Игоревич	47602	Слесарь-инструментальщик	238,00р.	20	5	15 000,00р.	
7	Павлов Юрий Викторович	45678	Заготовщик деталей	136,00р.	20		- р.	
8	Полякова Юлия Алексеевна	87789	Ювелир-цепочник	116,00р.	15	2	2 800,00р.	
9	Семаков Алексей Васильевич	67887	Паяльщик	178,00р.	20	1	1 400,00р.	
10	Уткина Елена Геннадьевна	65678	Ювелир	119,00р.	20		- р.	

Рисунок 9. Справочник «Штатное расписание»

Для учета отработанного времени необходимо заполнить таблицу учета использования рабочего времени (рис. 10). Табелющик при заполнении указывает месяц, проставляет условные обозначения о явках и неявках работника. В этом случае система автоматически рассчитывает количество отработанных часов и дней. При этом система автоматически определяет, какие часы отработаны в выходные, праздничные или обычные дни в соответствии с календарем. Красным цветом в таблице отмечаются дни выходные или праздничные в этом месяце. От выбора месяца зависит и даты заполнения табеля (с учетом високосности года). При случайной ошибке заполнения табеля предусмотрена система контроля, цветом отмечающая не соответствие в количестве дней месяца и количестве дней заполненных в таблице (рис. 11).

№	Табельный номер	Работник	Табель учета отработанного времени																													Время в часах			Время в днях								
			январь	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	Отработано в часах	В выходные дни	В праздничные дни	Отработано	Больничная	Отгул	Пропуск	Вак. отпуск	Коварировки	Итого дней
1	13240	Андреева О.С.	в	в	8	8	8	8	8	8	в	в	8	8	8	п	в	в	6	6	6	6	в	в	в	к	к	8	8					96	32	0	12	4	0	1	9	2	28
2	23869	Виноградов А.Д.	в	в	8	8	8	8	8	6	в	п	8	8	8	8	в	в	8	8	8	8	в	в	6	6	6	8	8					134	38	0	17	3	0	1	7	0	28
3	45643	Корулева Т.В.	в	в	в	в	в	в	8	7	8	8	8	8	в	в	6	6	6	8	8	в	в	8	8	8	8	8						111	32	0	14	3	0	0	11	0	28
4	54890	Лалетина Н.Д.	в	в	8	8	6	6	6	в	в	8	8	8	8	в	в	8	8	8	8	в	в	8	8	8	8	8						136	24	0	17	3	0	0	8	0	28
5	45067	Нестерчук Н.В.	в	в	от						0	0	0	0	0	26	0	2	0	28																							
6	47602	Осокин А.И.	в	в	8	п	8	8	8	в	в	8	8	8	8	в	в	8	8	8	8	8	в	в	8	8	8	8						152	32	0	19	0	0	1	8	0	28
7	45678	Павлов Ю.В.	в	в	6	6	6	6	6	в	в	8	8	8	8	в	в	8	8	8	8	8	в	в	8	8	8	8						120	24	0	15	5	0	0	8	0	28
8	87789	Полякова Ю.А.	к	к	к	к	к	к	к	к	к	к	к	к	к	к	к	к	к	к	к	к	к	к	к	к	к	к						136	32	0	17	0	0	0	9	2	28
9	67887	Семаков А.В.	в	в	п	8	8	8	8	в	в	8	8	8	8	в	в	8	8	8	8	8	в	в	8	8	8	8						152	32	0	19	0	0	1	8	0	28
10	65678	Уткина Е.Г.	в	в	7	7	8	7	8	в	в	7	7	8	7	8	в	в	7	7	8	7	8	в	в	7	7	8						148	0	0	20	0	0	0	8	0	28

Рисунок 10. Табель учета отработанного времени

2. формула определения праздничных и выходных дней выбранного пользователем месяца:

$$=НЕ(ЕНД(ВПР(ЕСЛИ(D1=0;СЦЕПИТЬ(D1;D2;".";СC$5;".";СC$6); СЦЕПИТЬ(D2;".";СC$5;".";СC$6));праздники;1;ЛОЖЬ)))$$

где: D1 — дата по таблице, D2 вспомогательная ячейка, для правильного формата отображения даты,

\$C\$5 — ячейка определяющая количество дней месяца,

\$C\$6 — ячейка определяющая год.

праздники — именованной блок, содержащий календарь праздничных дней.

Весь проект выполнен с использованием инструментальной среды Visual Basic для приложений. Все пользовательские формы и макросы, закрепленные за кнопками, собраны в общем проекте (рис. 13).

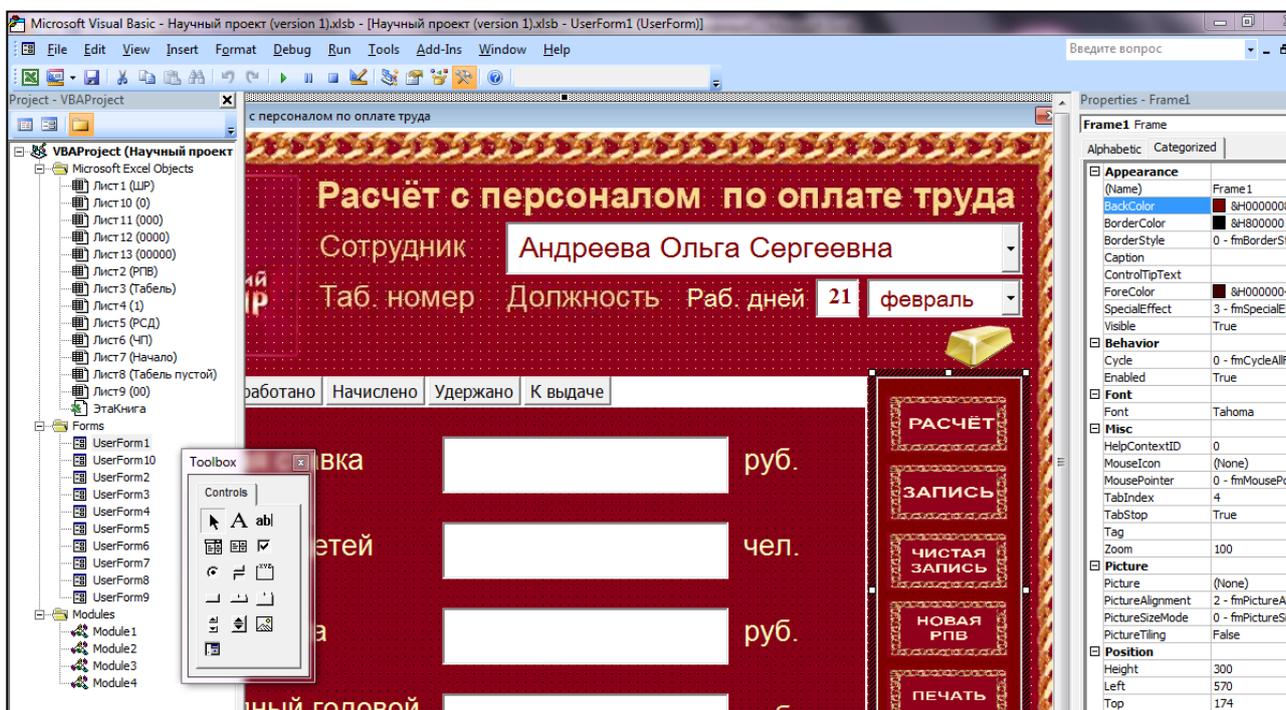


Рисунок 13. Окно проекта

В современных условиях хозяйствования важнейшими задачами учета труда и заработной платы являются: в установленные сроки производить

расчеты с персоналом предприятия по оплате труда (начисление зарплаты и прочих выплат, сумм к удержанию и выдачи на руки), своевременно и правильно относить на себестоимость продукции (работ, услуг) суммы начисленной заработной платы, собирать и группировать показатели по труду и заработной плате для целей анализа, оперативного руководства и составления необходимой отчетности, а также расчетов с бюджетом, с внебюджетными государственными фондами.

Разработанная мною система автоматизации расчетов с персоналом по оплате труда обладает рядом преимуществ:

Во-первых, использовано типовое программное обеспечение, что не требует дополнительного финансирования.

Во-вторых, работа в полях формы удобна, это исключает вероятность случайных ошибок.

В-третьих, систему можно легко преобразовать под расчет заработной платы по любой системе.

В-четвертых, проект учитывает особенности конкретного предприятия и работника ведущего расчет заработной платы.

Эта разработка в будущем станет моим дипломным проектом, и к защите планируется усовершенствовать ее в нескольких направлениях: создать функции добавления данных по новому сотруднику, выбора в расчете системы оплаты труда и накопления архивных документов. В настоящий момент эти функции не автоматизированы.

Список литературы:

1. Агешина Н.А. Оплата труда, больничные, пособия и иные выплаты: порядок расчета и получения: практ. Пособие / Н.А. Агешина, Т.Ю. Сергеева, Е.А. Турсина, О.В. Шашкова, М.А. Шитова. — М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2012. — 192 с.
2. Карабутов Н.Н. Информационные технологии в экономике: Учеб. пособие для сред. проф. образования / Н.Н. Карабутов — М. «Экономика», 2011. — 302 с.

3. Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ). Части первая и вторая: текст и изм. и доп. На 20 сентября 2011 г. — М.: Эксмо, 2011. — 672 с. — (Законы и кодексы).
4. Михеева Е.В. Информационные технологии в профессиональной деятельности: Учеб. пособие для сред. проф. образования / Елена Викторовна Михеева. — М.: Издательский центр «Академия», 2009. — 384 с.
5. Пашуто В.П. Организация, нормирование и оплата труда на предприятии: учебно-практическое пособие / В.П. Пашуто. — 6-е изд., стер. — М.: КНОРУС, 2011. — 320 с.
6. Петрик О.А. «Аудит: методология и организация»: Монография. — К., 2003 г.
7. Положение об оплате труда и премировании работников. Общества с ограниченной ответственностью «Бронницкий ювелирный завод». От 29 ноября 2010 г.
8. Пикуза В.В. Экономические и финансовые расчеты в Excel. Самоучитель / В.В. Пикуза, А.Н. Гарашенко. СПб.: Питер, 2010. — 397 с.: ил.
9. Рудаков А.В. Технология разработки программных продуктов: учебник для студ. сред. проф. образования / А.В. Рудаков. — 7-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2012. — 208 с.
10. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ (с изменениями и дополнениями).

**АКТИВИЗАЦИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
АКМОЛИНСКОЙ ОБЛАСТИ**

Богма Александр Викторович

*магистрант экономики и бизнеса по специальности экономика,
Казахский агротехнический университет имени С. Сейфуллина, г. Астана
E-mail: alex.red2014@yandex.ru*

Утебаева Алтынгүль Болатовна

научный руководитель, канд. экон. наук, доцент КазАТУ, г. Астана

На сегодняшний день в условиях рыночных отношений хозяйствования, одной из важнейших и приоритетных частей экономики Республики Казахстан является аграрный сектор. Экономическая эффективность сельскохозяйственных предприятий Казахстана в настоящее время намного ниже

по сравнению с соответствующими показателями развитых стран, а также по сравнению с другими отраслями экономики страны. Перед аграрным сектором сегодня стоит очень важная задача повышения качества производимых продуктов и экономической эффективности производства, так как проблема обеспечения населения качественными продуктами питания выходит на первый план экономики любого государства.

Акмолинская область считается аграрной, удельный вес области в общереспубликанском объеме валовой продукции сельского хозяйства на сегодня составляет около 12 %. Здесь выращивается четверть казахстанской пшеницы, область обеспечивает 8,8 % от общего объема производства молока, 6,3 % — мяса, 7,5 % — яиц [1]. Стимул Акмолинской области как производителю и поставщику продовольственных товаров придает поставленная правительством задача по формированию продовольственного пояса вокруг столицы страны — Астаны. В среднем в год из региона экспортируется до 1,1 млн. тонн зерна. Посевы пшеницы, составляющие 27 % от общей посевной площади под пшеницу в Казахстане, дают в общем объеме валового сбора пшеницы 24 % [1].

Анализ деятельности сельскохозяйственных предприятий Акмолинской области показал, что доля убыточных хозяйств колеблется на уровне до 7—15 %. В настоящее время их насчитывается 5375 предприятий, из них 4647 — крестьянские (фермерские) хозяйства, 491 — ТОО, 26 — АО, 46 — ПК, 1 — государственное предприятие. Общая рентабельность по ним составила в 2011 году до 25 % [1].

На мировом рынке сельскохозяйственной продукции экспорт Казахстана снижается, внутри страны происходит рост импорта продуктов сельскохозяйственного производства, несмотря на деятельность государства по регулированию этого процесса (квоты на ввоз продуктов питания). Только 10,5 % произведенного зерна идет на переработку. В связи с этим наблюдается большой импорт продуктов переработки зерна. За последние 12 лет (почти в 5,3 раза) выросло количество зерноперерабатывающих предприятий.

При этом существующие предприятия могут ежегодно производить более 5 млн. тонн муки при внутренней потребности 1,8 млн. тонн, т. е. экспортный потенциал страны по муке превышает 3,5 млн. тонн ежегодно. Однако мощности мукомольных предприятий позволяют перерабатывать не более 30 % производимого зерна.

В связи с принятием Стратегии индустриально-инновационного развития страны на 2003—2015 гг. перед государственной инвестиционной политикой ставятся принципиально новые задачи. В современных условиях она должна обеспечить приток капиталов в пользу развития не сырьевого сектора экономики и в особенности высокотехнологичных и наукоемких производств, включая аграрный сектор.

По данным Агентства РК по статистике, на 1 ноября 2012 года запасы зерновых в Казахстане составляли 16742890 тонн, что больше предыдущего месяца на 1458534 тонны, или на 9,5 %. Около трети всех запасов зерна, или 5276007 тонн находится в Северном Казахстане, что составляет 31,5 % от уровня всех запасов [1].

Таблица 1.

**Наличие зерновых и бобовых культур в разрезе регионов
на 1 ноября 2012 года**

Область	Всего, млн. тонн	В том числе тонн:			
		В сельскохоз. предприятиях	В крестьян. или фермер. хозяйствах	В хлебоприем. пунктах и элеваторах	На мельком- бинатах и других предприятиях
Республика Казахстан	16,74	5 467 321	2 482 067	7 585 195	1 208 307
Акмолинская	3,65	1 379 633	314 794	1 936 591	27 461
Актюбинская	0,334	46 754	12 183	154 018	121 069
Алматинская	0,380	123 362	222 831	33 896	-
Атырауская	0,000007	7	-	-	-
Западно- Казахстанская	0,456	17 200	27 672	309 923	101 958
Жамбылская	0,100	20 350	49 810	19 160	11 111
Карагандинская	0,461	146 661	175 419	75 115	64 185
Костанайская	4,55	993 539	602 709	2 895 279	64 355
Кызылординская	0,229	101 063	56 734	25 394	46 560
Мангистауская	0,091	-	-	-	91 425
Южно- Казахстанская	0,132	17 059	11 093	-	104 034

Павлодарская	0,235	101 219	63 036	67 133	4 180
Северо-Казахстанская	5,276	2 331 931	700 237	1 741 739	502 100
Восточно-Казахстанская	0,666	188 283	245 528	191 218	41 008
г. Астана	0,152	110	-	135 729	17 119
г. Алматы	0,011	150	21	-	11 742

Из представленной таблицы 1 видно, что Акмолинская область в тройке лидеров по наличию зерновых и бобовых культур в Казахстане. Однако сельское хозяйство Казахстана до сих пор страдает от недостатка инвестиций. Инвестиции — это все виды имущественных и интеллектуальных ценностей, вкладываемых в объекты предпринимательской и других видов деятельности, в результате которой образуется прибыль (доход) или достигается социальный эффект [2].

Одним из важнейших и приоритетных вопросов развития аграрного сектора региона является инвестиционная проблема, поскольку экономический рост отрасли требует соответствующего инвестиционного обеспечения. Из всех инвестиционных вложений в страну в 2011 году только 0,2 % пришлось на сельское хозяйство, это примерно 200000 \$, интерес инвесторов к этому сектору, казалось бы, основному — близок к минимальному. Специфика инвестиционной деятельности в сельском хозяйстве на сегодняшний день заключается в коренном изменении механизма ее реализации. Формирование инвестиционного рынка является необходимым условием решения проблем накопления инвестиционных ресурсов, трансформации накоплений в инвестиции и повышение эффективности их использования.

Активизация инвестиционной деятельности может стать одним из главных и приоритетных условий эффективного развития сельского хозяйства и преодоления аграрного кризиса. Нарращивание инвестиций способствует росту валового внутреннего продукта и в следствии достижению более полной занятости населения. Сегодня сельскому хозяйству просто необходимы инвестиционные вложения, новые инвестиционные прорывные проекты, так как при анализе многих прибыльных сельскохозяйственных предприятий

становится очевидно, что полученная прибыль покрывает только стоимость задействованных ресурсов. Собственные ресурсы, которые использует сельскохозяйственный предприниматель в процессе производства (собственный труд, капитал, земля) не восполняются и прибыль с учетом стоимости данных ресурсов становится нулевой либо ниже нуля.

На сегодняшний день существует объективная необходимость в разработке комплекса мер, направленных на преодоление негативных процессов, связанных со снижением инвестиционной активности в сельском хозяйстве Акмолинской области. Для достижения и воплощения этих целей необходимо на областном уровне разработать и внедрить систему перспективных направлений развития, которые будут способствовать выходу сельскохозяйственных предприятий из кризисного состояния. Для получения положительных результатов в решении проблемы необходимо принять комплекс следующих мер:

1. Разработка и внедрение высокоурожайных сортов кормовых и зерновых культур, высокопроизводительного скота, прогрессивных высокотехнологичных технологий в сельскохозяйственном производстве, улучшение переработки сырья, передовых форм организации производства и оплаты труда с целью увеличения объемов конкурентоспособности продукции и торговли;

2. Комплексное решение проблемы занятости населения, подготовка и переподготовка квалифицированных кадров, внедрение системы самообразования;

3. Разработка и внедрение эффективных программ системы материально-технического снабжения, и способов реализации продукции;

4. Разработка новых и улучшение имеющихся жилищно-бытовых и природоохранных мероприятий.

В заключении можно с уверенностью сказать что, активизация инвестиционной деятельности — это ключ к развитию экономики и повышению благосостояния населения, который может открыть новые двери в перспективное будущее развития аграрного сектора Акмолинской области.

Список литературы:

1. Агентство РК по статистике [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://stat.kz> (дата обращения: 14.12.2012).
2. Закон Республики Казахстан от 27.12.1994 «ОБ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЯХ» [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://invest.gov.kz> (дата обращения: 12.12.2012).

АВТОМАТИЗАЦИЯ УЧЕТА И ИСЧИСЛЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ УЛУГ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

Бортникова Евгения Юрьевна

*студент 4 курса, экономическое отделение, ГБОУ СПО МО Московский
областной государственный автомобильно-дорожный колледж г. Бронницы
E-mail: jen.bortnikova@yandex.ru*

Зарубин Олег Владимирович

*научный руководитель, преподаватель информационных систем
в профессиональной деятельности, ГБОУ СПО МО Московский областной
государственный автомобильно-дорожный колледж г. Бронницы*

Вавилонская Ирина Николаевна

*научный руководитель, преподаватель бухгалтерского учета, ГБОУ СПО МО
Московский областной государственный автомобильно-дорожный колледж
г. Бронницы
E-mail: irina.vavilon@yandex.ru*

В современных условиях экономики учет призван не только фиксировать, но и своевременно сигнализировать о возникновении непроизводительных затрат и потерь, давать объективные данные для оперативного экономического анализа и прогнозирования развития, служить задаче эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. В этой связи возрастает роль себестоимости услуг, отражающей достигнутый уровень управления организации производства труда, его стимулирования.

В снижении себестоимости услуг важным является организация эффективной системы учета и контроля затрат. Недостаточная аналитичность учета, его не оперативность и другие недостатки ослабляют контроль за организацией производства.

Задача точного учета формирования издержек, контроля за снижением себестоимости, а так же повышение эффективности производства продукции на всех стадиях производства является важной.

Для получения оперативной информации была поставлена цель создать такой программный модуль, в котором автоматически будут учитываться затраты и исчисляться себестоимость услуг жилищно-коммунального хозяйства.

Работа была выполнена по данным управляющей компании ООО «Гарант-Сервис» (далее Управляющая Компания). Предприятие является юридическим лицом, имеет обособленное имущество, самостоятельный баланс, расчетные и иные счета в учреждениях банков, печать со своим наименованием, бланки, фирменное название, товарный знак. Предприятие осуществляет свою деятельность в соответствии с законами и нормативными актами Российской Федерации, Московской области и распоряжениями Администрации города Бронницы, уставом.

Управляющая Компания оказывает населению следующие виды услуг:

- отопление;
- горячее и холодное водоснабжение;
- канализование;
- электроснабжение;
- газоснабжение;
- расходы на содержание и ремонт жилых помещений.

Себестоимость продукции — это выраженные в денежной форме затраты на ее производство и реализацию. Себестоимость продукции (работ, услуг) предприятия складывается из затрат, связанных с использованием в процессе производства продукции (работ, услуг) природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию [1, с. 87].

Себестоимость составляют расходы, непосредственно относящиеся к выпускаемой продукции (работам, услугам), но возможен и вариант подсчета

себестоимости, при котором управленческие и коммерческие расходы также распределяются на стоимость выпускаемой продукции [1, с. 87].

Согласно плану счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности и инструкции по его применению Управляющая Компания в рабочем плане счетов для учета затрат коммунальных услуг закрепила счет 20 «Основное производство». Счет 20 «Основное производство» предназначен для обобщения информации о затратах производства, продукция (работы, услуги) которого явилась целью создания данной организации. Аналитический учет по счету 20 «Основное производство» ведется по видам затрат и видам выпускаемой продукции (работ, услуг) [7]. В п. 8 ПБУ 10/99 «Расходы организации» сказано, что для целей управления в бухгалтерском учете организуется учет расходов по статьям затрат. Перечень статей затрат устанавливается организацией самостоятельно [6].

В себестоимость услуг Управляющей Компании включаются расходы по следующим статьям:

- материалы;
- амортизация;
- услуги сторонних организаций;
- прочие.

Ознакомившись с ведением учета затрат и формирования себестоимости услуг в Управляющей Компании, был сделан вывод о том, что в учете отсутствует достаточная аналитичность на счете 20 «Основные производство».

Для повышения эффективности ведения учета в данном вопросе считаю целесообразным к счету 20 открыть необходимые субсчета и соответствующие аналитические счета к ним (табл. 1).

Таблица 1.

Структура счета 20 «Основное производство»

Номер счета	Наименование
20.01	Коммунальные услуги
20.01.01	Отопление
20.01.02	Холодное и горячее водоснабжение
20.01.03	Канализование

20.01.04	Электроснабжение
20.01.05	Газоснабжение
20.02	Расходы на содержание и ремонт жилых помещений
20.02.01	Расходы на содержание и ремонт жилых помещений

Для того, чтобы учет соответствовал правилам ведения учета затрат, в программный модуль заложена определенная последовательность в оформлении документов (рис. 1).



Рисунок 1. Схема документооборота в автоматизированном программном модуле

С целью выполнения требований законодательства о непрерывном ведении учета и формирования полной и достоверной информации в учете [8] все расходы, осуществленные входе производства, должны быть зафиксированы в соответствующем документе. Таким документом, в котором накапливаются фактические расходы на производство услуг в течение месяца, является карточка счета (рис. 2). Форма документа разработана с учетом требований ст. 10 ФЗ «О бухгалтерском учете» [9].

В работе предлагается для каждого аналитического счета открыть свою карточку. Рассмотрим подробно элементы автоматизации для правильной работы с карточкой.

Для того чтобы указать за какой месяц заполняется карточка предлагается воспользоваться раскрывающимся списком (рис. 2).



Рисунок 2. Раскрывающийся список для выбора учётного месяца и элемент управления для указания года

Для изменения года предусмотрен переключатель (рис. 2), аналогичными приёмами заполняются и поля карточки. Для удобства пользователя зелёным цветом обозначены поля с раскрывающимися списками, позволяющими выбрать типовые записи. При необходимости списки могут дополняться новыми записями, корректироваться, уточняться. Именные блоки, являющиеся источниками записей списков, размещены на служебном листе, скрытом от пользователя. Бежевым цветом отмечены те ячейки, в которых находятся формулы (рис. 3). В некоторых из них значение зависит не только от расчёта по формуле, но и от значения переключателя. Выводимый в ячейку результат зависит также от обработки данных с использованием скрытого массива вспомогательных формул.

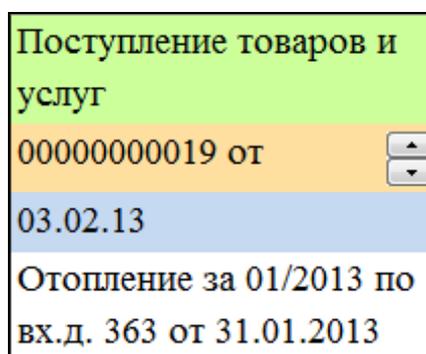


Рисунок 3. Цветовое обозначение функционального назначения ячеек

Автоматически изменения учитываются в поле аналитика. Синие поля снабжены программным кодом вызова календаря для автоматической установки дат. Белые поля заполняются вручную.

Исходный программный код для листов с карточками по субсчетам написан с указанием целевых ячеек для вызова формы календаря.

Фрагмент исходного кода:

```
If Not Application.Intersect(Range("*"), Target) Is Nothing Then  
UserForm1.Show  
End If
```

где * указывает адрес целевой ячейки.

Исходный код формы календаря задает формат отображения значений и порядок записи указанного значения в активную ячейку:

```
Private Sub Calendar1_Click()  
ActiveCell = Calendar1.Value  
ActiveCell.NumberFormat = "dd/mm/yy"  
TextBox1.Text = ActiveCell  
End Sub
```

Форма календаря (рис. 4) дополнена управляющими кнопками для удобства пользователя:

- очистить (зеленая кнопка);
- выбрать (желтая кнопка);
- закрыть форму (красная кнопка).

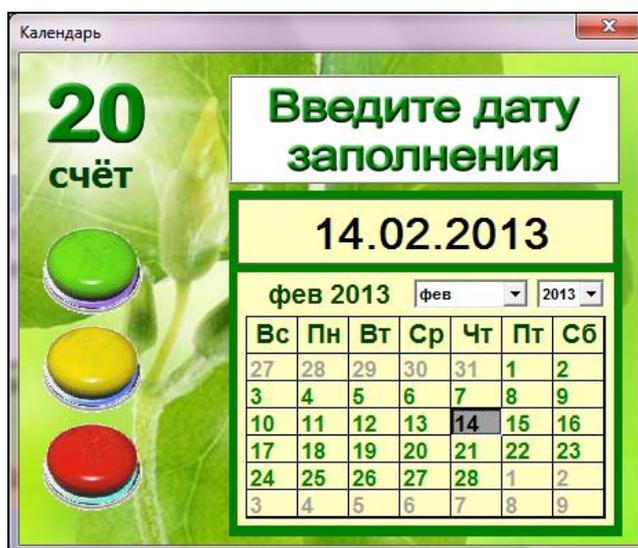


Рисунок 4. Внешний вид формы календарь

Выбор даты в форме календаря по желанию пользователя, можно осуществить и двойным щелчком мыши. Для удобства ведения карточек по субсчетам была разработана панель навигации (рис. 5), которая позволяет осуществить удобную навигацию, подготовку карточки для заполнения в новом учетном периоде, закрытие счета по окончании учетного периода.

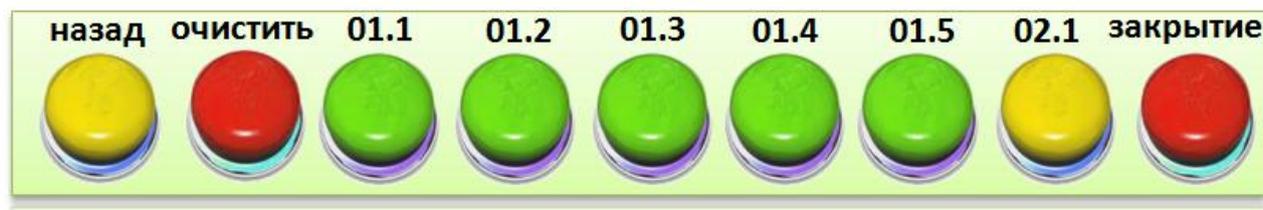


Рисунок 5. Панель навигации

Заполнение карточки по субсчёту носит накопительный характер. Начинается работа с открытием нового учётного периода. Для этого карточка распечатывается для архива, копия сохраняется в специальной папке. Данные в новую строку, заносятся на основании документа, подтверждающего конкретный расход. Период устанавливается с помощью календаря. Автоматически проставляется счет по дебету, № документа, значение которого уточним с помощью переключателя. Далее устанавливаем реквизиты аналитического учета. При указании основания, по которому заполняется

графа, автоматически выставляется счет по кредиту. Для этого использованы формулы вида:

1. Формула установки счёта по кредиту:

=ЕСЛИ(D11="Поступление товаров и услуг"; "60.01";
ЕСЛИ(D11="Требование накладная"; "10.01"; ЕСЛИ(D11="Начисление
амортизации"; "02.01"; ЕСЛИ(D11="Закрытие счета"; "90.02.1"; ""))))

где: D11 — значения ячейки, содержащие основание аналитики кредита, выбранное из выпадающего списка.

2. Формула установки счёта по дебету:

=ЕСЛИ(A14=""; "";"20.01.1")

где: A14 — значения ячейки, содержащие дату периода, проставленную с помощью формы календаря.

Набором с клавиатуры в соответствующие ячейки проставляется сумма. В конце месяца выполняем закрытие счета (рис. 6). Аналогично проводим заполнение других карточек.

Февраль	Закрытие счета			90.01.1	4 000,00р.
Оборот			4 000,00р.		4 000,00р.

Рисунок 6. Зона закрытия счёта

Для удобства пользователя в карточках выполнено закрепления областей, что позволяет постоянно видеть на экране заголовочную часть карточки при прокручивании (рис. 7).

ООО "Гарант-Сервис"				назад очистить 01.1 01.2 01.3 01.4 01.5 02.1 закрытие			
Карточка счета 20.01.1 за февраль 2013 г.							
Отопление							
Период	Документ	Аналитика Дт	Аналитика Кт	Дебет		Кредит	
				Счет	Сумма, руб	Счет	Сумма, руб
Сальдо на начало							
05.02.13	Поступление товаров и услуг 0000000008 от 02.02.13 Отопление за 01/2013 по вх.д. 363 от 31.01.2013	Основное подразделение	СКМ Энергосервис	20.01.1	500,00	60.01	
		Управление эксплуатацией жилого фонда	Основной договор				
		Прочие расходы	Поступление товаров и услуг 0000000008 от 02.02.2013				
05.02.13	Поступление товаров и услуг 0000000022 от 02.02.13 Отопление за 01/2013 по вх.д. 363 от 31.01.2013	Основное подразделение	СКМ Энергосервис	20.01.1	600,00	10.01	
		Управление эксплуатацией жилого фонда	Основной договор				
		Прочие расходы	Требование накладная 0000000022 от 02.02.2013				
05.02.13	Поступление товаров и услуг 0000000017 от 05.02.13 Отопление за 01/2013 по вх.д. 363 от 31.01.2013	Основное подразделение	СКМ Энергосервис	20.01.1	400,00	60.01	
		Управление эксплуатацией жилого фонда	Основной договор				
		Прочие расходы	Поступление товаров и услуг 0000000017 от 05.02.2013				
Февраль				Закрытие счета		90.01.1	4 000,00р.
Оборот						4 000,00р.	4 000,00р.

Рисунок 7. Внешний вид карточки счёта 20.01.1 «Отопление»

В конце месяца выполняется закрытие по всем карточкам. После выполнения данной операции можно приступить к проверке сводной ведомости. Это возможно, так как информация автоматически заносится в сводную ведомость (рис. 8) при активизации кнопок «закрытие» панели навигация в карточках счёта.

В сводной ведомости подводятся итоги по субсчетам 20.01, 20.02. при этом в сводной ведомости суммы отображаются как в общем виде, как и с разбиением по статьям затрат.

назад		Сводная ведомость				печать
Счет 20 "Основное производство"		за		февраль		2013 г.
Наименование карточки	Карточка №	Сальдо начальное	Дебет	Кредит	Сальдо конечное	
			Сумма, руб.	Сумма, руб.		
Отопление	20.01.1		4 000,00	4 000,00		
Холодное и горячее водоснабжение	20.01.2		2 800,00	2 800,00		
Канализация	20.01.3		16 500,00	16 500,00		
Электроснабжение	20.01.4		10 100,00	10 100,00		
Газоснабжение	20.01.5		9 800,00	9 800,00		
Итого по счету 20.01			43 200,00	43 200,00		
Расходы на содержание и ремонт жилых помещений	20.02.1		12 400,00	12 400,00		
Итого по счету 20.02			12 400,00	12 400,00		
Всего			55 600,00	55 600,00		

Рисунок 8. Внешний вид сводной ведомости по счету 20 «Основное производство»

Для уточнения затрат на производство по статьям каждого субсчета предусмотрена система управляющих кнопок, позволяющих «раскрыть» уточняющие таблицы и «закрыть» их (рис. 9). Закрепление областей помогает проверить каждую строку сводной ведомости.

Проверив сводную ведомость можно её распечатать. Яркое оформление, служебные кнопки, уточняющие таблицы на печать не выводятся. При этом реквизиты и место для подписи в печатном варианте присутствуют (приложение 1). Для вывода печатной формы достаточно нажать кнопку «печать».

назад		Сводная ведомость				печать
Счет 20 "Основное производство" за		февраль		2013 г.		
Наименование карточки	Карточка №	Сальдо начальное	Дебет	Кредит	Сальдо конечное	
			Сумма, руб.	Сумма, руб.		
Расходы на содержание и ремонт жилых помещений	20.02.1		12 400,00	12 400,00		
<i>Затраты на производство по статьям</i>						
	<i>Статья затрат</i>	<i>Сальдо начальное</i>	<i>Дебет</i>	<i>Кредит</i>	<i>Сальдо конечное</i>	
			<i>Сумма</i>	<i>Сумма</i>		
	Материалы		8 700,00	8 700,00		
	Услуги сторонних организаций		2 800,00	2 800,00		
	Амортизация		4 200,00	4 200,00		
	Прочие		0,00	0,00		
	Итого:		15 700,00	15 700,00		
Итого по счету 20.02			12 400,00	12 400,00		
Всего			55 600,00	55 600,00		

Рисунок 9. Внешний вид сводной ведомости с раскрытой подтаблицей «Затраты на производство по статьям»

Закрепление областей оставляет неподвижной заголовочную часть сводной ведомости. Пользователю предоставляется возможность проверить данные по каждой карточке, уточняя статьи затрат не только прокручивая в удобном режиме таблицу, но и раскрывающиеся подчиненные таблицы. Использование зеленой кнопки, в поле с наименованием карточки, раскрывает подчиненную таблицу с указанием сумм по дебету и кредиту статей затрат. Использование красной кнопки закрывает уточняющую таблицу. На схему документооборота можно возвратиться кнопкой «назад».

Во всей разработке используются элементы управления кнопки. Действия, выполняемые при нажатии, записаны в закрепленных макросах (рис. 10). Количество макросов совпадает с количеством кнопок.

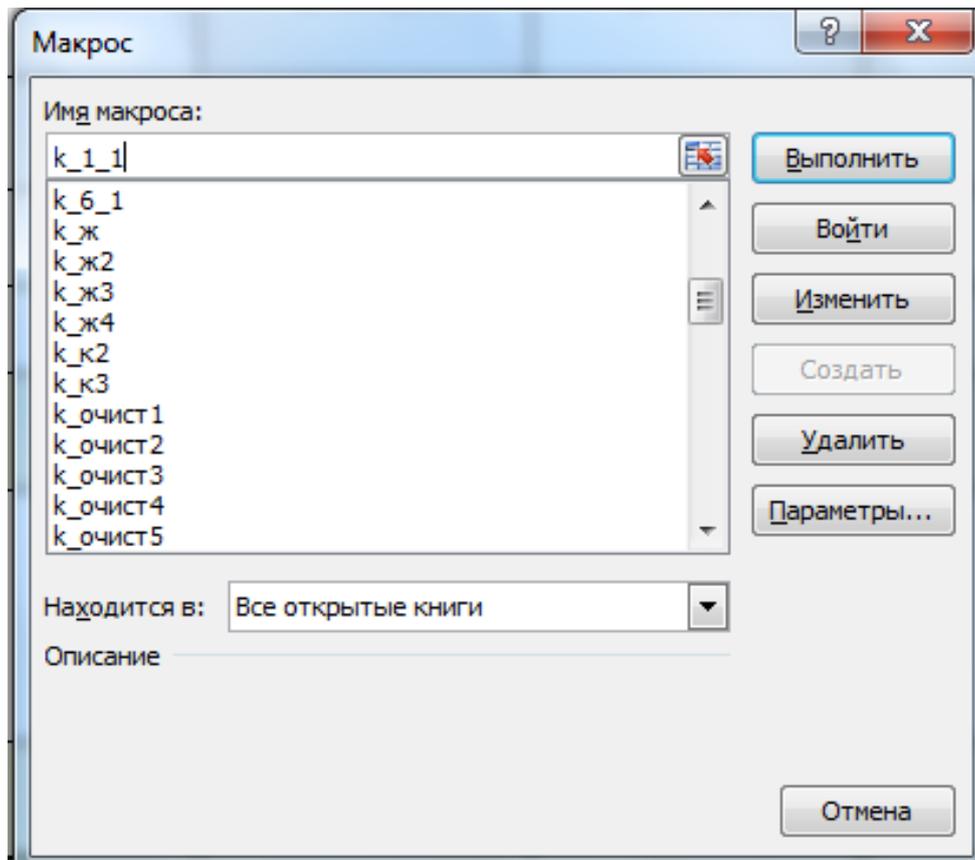


Рисунок 10. Окно подключения макросов к кнопкам

Имея сводную ведомость по счёту 20 можно осуществить калькуляцию себестоимости коммунальных услуг (рис. 11). Ячейки рабочей таблицы заполнены массивом формул по всем графам, кроме поля «количество» графы «Объём предоставляемых услуг». Заполнение этого поля проводим с использованием специальной формы «Калькуляция» (рис. 11).

Формулы в таблице не записывают информацию в ячейки, если не введены количественные показатели по объёму предоставляемых услуг.

1. Формулы, связывающие таблицу «Калькуляция» с данными сводной ведомости имеют вид:

$$=ЕСЛИ(Е6="";"";'Сводная ведомость'!Е25)$$

где: Е6 — значения ячейки, содержащие количественные данные по объёму оказанной услуги, 'Сводная ведомость'!

Е25 — сумма кредита за отчётный период по данной услуге.

2. Формулы, проставляющие единицы измерения имеют вид:

=ЕСЛИ(Е6="";"";"куб.м.")

где: Е6 — значения ячейки, содержащие количественные данные по объёму оказанной услуги.

3. Определение себестоимости услуг происходит по формулам вида:

=ЕСЛИ(С6="";"";С6/Е6)

где: С6 — значения ячейки, содержащие сумму затрат на оказание услуг,

Е6 — значения ячейки, содержащие количественные данные по объёму оказанной услуги.

назад печать

Калькуляция себестоимости услуг за январь

Наименование услуг	Сумма затрат на оказание услуг, руб.	Объём предоставленных услуг		Себестоимость единицы услуги, руб/ед.
		Единица измерения	Количество	
Отопление	4 000,00	Гкал	1,5	2 666,67
Холодное и горячее водоснабжение	16 500,00	куб.м.	9,8	1 683,67
Канализирование	16 500,00			
Электроснабжение	10 100,00			
Газоснабжение	9 800,00			
Расходы на содержание и ремонт жилых помещений	12 400,00			
Итого:	69 300,00			

Калькуляция

20

счёт

Введите объём услуг (количество)

Отопление	1.5
Водоснабжение	9.8
Канализирование	9.8
Электроснабжение	87.7
Газоснабжение	1.1
Другие расходы	292

Рисунок 11. Внешний вид таблицы

«Калькуляция себестоимости услуг» и формы ввода данных «Калькуляция»

Достаточно проставить объем предоставленных услуг на основании показаний счетчиков в поля формы «Калькуляция».

Форма дополнена управляющими кнопками для удобства пользователя:

- очистить поля формы (зеленая кнопка);
- рассчитать (желтая кнопка);
- закрыть форму (красная кнопка).

Хорошо видно, какова себестоимость единицы услуги за февраль месяц. Документ может быть распечатан (приложение 2) и использован в дальнейших расчетах.

Как видим, предложенная система позволяет вести все этапы учетной работы: от аналитики до свода данных. Модуль поддерживает ведение сложного многоуровневого аналитического учета. Учет ведется по видам подразделений, по видам предоставляемых услуг, по статьям затрат.

Детализированный учет затрат приводит к безошибочному калькулированию себестоимости услуг, что в свою очередь, влияет на точность расчета суммы оплаты коммунальных услуг квартиросъемщиками. Кроме этого своевременно и правильно рассматриваются финансовые результаты компании.

Автоматическое объединение данных позволит получать оперативные данные о размере себестоимости услуг в любой момент времени. Следовательно, руководитель сможет своевременно принимать необходимые решения по управлению работой основного подразделения.

Приложение 1.

Печатная форма сводной ведомости

ООО "Гарант-Сервис" Выводимые данные: БУ
(данные бухгалтерского учета)
Подразделение "Основное подразделение"

Сводная ведомость за февраль 2013 г.

Счет 20 "Основное производство"					
Наименование карточки	Карточка №	Сальдо начальное	Дебет	Кредит	Сальдо конечное
			Сумма, руб.	Сумма, руб.	
Отопление	20.01.1		4 000,00	4 000,00	
Холодное и горячее водоснабжение	20.01.2		2 800,00	2 800,00	
Канализация	20.01.3		16 500,00	16 500,00	
Электроснабжение	20.01.4		10 100,00	10 100,00	
Газоснабжение	20.01.5		9 800,00	9 800,00	
Итого по счету 20.01			43 200,00	43 200,00	
Расходы на содержание и ремонт жилых помещений	20.02.1		12 400,00	12 400,00	
Итого по счету 20.02			12 400,00	12 400,00	
Всего			55 600,00	55 600,00	

Бухгалтер

Иванова И.А.

_____ (подпись)

Приложение 2.

Бланк формы калькуляции себестоимости услуг

ООО "Гарант-Сервис" Выводимые данные: БУ
(данные бухгалтерского учета)
Подразделения "Основное подразделение"

Калькуляция себестоимости услуг за февраль 2013 г.

Наименование услуг	Сумма затрат на оказание услуг, руб.	Объем предоставленных услуг		Себестоимость единицы услуги, руб/ед.
		Единица измерения	Количество	
Отопление				
Холодное и горячее водоснабжение				
Канализирование				
Электроснабжение				
Газоснабжение				
Расходы на содержание и ремонт жилых помещений				
Итого:	0,00			

Бухгалтер

Иванова И.А.

_____ (подпись)

Список литературы:

1. Бахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник для вузов. 2-е изд., доп. и пер. — М.: ИКФ Омега-Л; Высш.шк., 2002. — 258 с.
2. Гарбер Г.З. Основы программирования на Visual Basic и VBA в Excel 2007, М., СОЛОН-ПРЕСС, 2008, (Серия «Библиотека студента»).
3. Карабутов Н.Н. Информационные технологии в экономике: Учеб. пособие для сред. проф. образования / Н.Н. Карабутов — М. «Экономика», 2011. — 302 с.
4. Методика планирования, учёта и калькулирования себестоимости услуг ЖКХ. Постановление Госстроя РФ от 23 февраля 1999 г. № 9 (с изменениями от 12 октября 2000 г. № 103).
5. Михеева Е.В. Информационные технологии в профессиональной деятельности: Учеб. пособие для сред. проф. образования / Елена Викторовна Михеева. — М.: Издательский центр «Академия», 2009. — 384 с.
6. ПБУ 10/99 «Расходы организации». Приказ Минфина России от 6 мая 1999 года № 33н (с изменениями от 27 апреля 2012 года).

7. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкция по его применению. Приказ Минфина РФ от 31 октября 2000 г. № 94н (в ред. от 08.11.2010 № 142н).
8. Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ. Приказ Минфина РФ от 29 июля 1998 года № 34н (с изменениями на 24 декабря 2010 года).
9. ФЗ «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 № 402-ФЗ.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА И ОБОСНОВАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ПРОМЫШЛЕННОГО РОБОТА «ДЕНВИК»

Воеводкина Юлия Сергеевна
*студент 5 курса, инженерно-экономический факультет, филиал ФГБОУ ВПО
СамГТУ в г. Сызрани, г. Сызрань*
E-mail: VoevodkinaJS@mail.ru

Карсунцева Ольга Владимировна
*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент, кафедра общеэкономических
дисциплин, филиал ФГБОУ ВПО СамГТУ в г. Сызрани, г. Сызрань*

Начало XXI века знаменует собой начало перспективной эпохи робототехники. Появление и развитие промышленных роботов явились одним из крупнейших достижений науки и техники последних лет. Их применение позволяет расширить фронт работ по автоматизации технологических и вспомогательных процессов, способствует возникновению широких перспектив создания автоматических систем машин для гибкого, переналаживаемого производства.

Под роботом понимается автоматическое устройство, предназначенное для осуществления производственных и других операций, обычно выполняемых человеком (иногда животным). Использование роботов позволяет значительно облегчить или вовсе заменить человеческий труд на производстве, в строительстве, при рутинной работе, при работе с тяжеловесными грузами, вредными материалами, а также в других тяжёлых или опасных для жизни и деятельности человека условиях.

Существует множество классификаций роботов по различным признакам. Так на практике нашел большее распространение способ разделения всех механизмов по типу работ, для выполнения которых они предназначены. Примечательно, что конструктивно все роботы могут быть очень близки друг к другу, отличаясь только типом рабочего органа — сварочный аппарат, манипулятор или пульверизатор. В данной классификации выделяют сборочных, окрасочных, гибочных роботов и роботов для резки металла.

Относительно области эксплуатации роботов их можно сгруппировать в бытовые, социальные, роботы-помощники, военные (боевые). Также в этой классификационной группе выделяют промышленных роботов, развитие и применение которых в настоящее время получает всё большее распространение.

Промышленный робот — автономное устройство, состоящее из механического манипулятора и перепрограммируемой системы управления, которое применяется для перемещения объектов в пространстве и для выполнения различных производственных процессов.

Промышленные роботы входят в состав автоматизированных производственных систем, которые позволяют повысить качество выпускаемых деталей и увеличить производительность труда.

В состав робота входят механическая часть и система управления этой механической частью, которая в свою очередь получает сигналы от сенсорной части. Механическая часть робота делится на манипуляционную систему и систему передвижения.

Манипулятор — это механизм для управления пространственным положением орудий и объектов труда.

Манипуляторы включают в себя подвижные звенья двух типов:

- звенья, обеспечивающие поступательные движения;
- звенья, обеспечивающие угловые перемещения.

Сочетание и взаимное расположение звеньев определяет степень подвижности, а также область действия манипуляционной системы робота.

Для обеспечения движения в звеньях могут применяться электрические, гидравлический или пневматический привод.

Составной, но не обязательной частью манипуляторов являются хватные устройства. Наиболее универсальные из них аналогичны руке человека, т. е. хват происходит с помощью механических «пальцев». Для хвата плоских предметов применяются хватные устройства с пневматической присоской. Для хвата же множества однотипных деталей (что обычно и происходит при применении роботов в промышленности) используют специализированные конструкции.

Вместо хватных устройств манипулятор может быть снабжён рабочим инструментом. Это может быть пульверизатор, сварочные клещи, отвёртка.

Внутри помещений, на промышленных объектах используются передвижения вдоль монорельсов, по напольной колее и т. д. Для перемещения по наклонным, вертикальным плоскостям используются системы подобные «шагающим» конструкциям, но с пневматическими присосками.

Промышленные роботы предназначены для выполнения в производственном процессе основных и вспомогательных технологических операций. К числу основных относят операции, при осуществлении которых непосредственно происходит изменение формы и линейных размеров заготовки. К вспомогательным относятся транспортные операции, в том числе операции по загрузке и выгрузке технологического оборудования.

К числу самых распространённых действий, осуществляемых промышленными роботами можно отнести загрузку/разгрузку технологических машин, станков, манипулирование деталями (например, укладка, сортировка, транспортировка и ориентация), перемещение деталей и заготовок от одного рабочего места к другому, сварку швов и точечную сварку, сборку механических и электрических деталей, сборку электронных деталей, покраску, выполнение операций резания с движением инструмента по сложной траектории, укладку кабеля и др.

Существует множество преимуществ для бизнеса, которые даёт развитие робототехники. Применение в производственном процессе промышленных роботов позволяет исключить влияния человеческого фактора на конвейерных производствах, а также при проведении монотонных работ, требующих высокой точности, повысить точность выполнения технологических операций и, как следствие, улучшить качество, использовать технологическое оборудование в несколько смен круглый год. Кроме того, роботы обеспечивают быстрый переход на выпуск новой продукции, при этом не требуется переобучение персонала, а также рациональное использование производственных площадей и исключение воздействия вредных факторов на персонал на производствах с повышенной опасностью

С робототехникой связано не менее сотни научно-технических направлений, в первую очередь искусственный интеллект (ИИ), на базе которого делается система управления роботами. В ИИ также входит полтора десятка научных направлений, в том числе машинное зрение.

Таким образом, робототехника в настоящее время является одним из самых перспективных направлений, внедрение которого позволит рационализировать производство, существенно снизить производственные затраты, улучшить качество выпускаемых изделий и, как следствие, повысить конкурентоспособность отечественных предприятий и вывести их на новый, мировой рынок.

На базе кафедры технологии машиностроения Сызранского филиала Самарского государственного технического университета был спроектирован промышленный робот «ДенВик», который может быть использован как для перемещения изделий, так и для выполнения каких-либо технологических операций при смене исполнительного органа робота.

Основными преимуществами конструкции данного робота являются:

1. Промышленный робот «ДенВик» действует в угловой сферической системе координат. Такие роботы отличаются высокой универсальностью, обладают наибольшей компактностью при тех же размерах рабочей зоны.

Обладая наибольшим объемом обслуживаемой рабочей зоны, хорошо komponуется в цехе, позволяет минимизировать размеры производственных площадей, необходимых для размещения роботов; при оснащении дополнительными шарнирами приобретает повышенные гибкость и маневренность.

2. Промышленный робот «ДенВик» оснащен многозвенной рукой. Основные преимущества многозвенной «руки» — ее компактность и возможность обслуживания большой зоны при малых размерах. Они достигаются за счет усложнения механического устройства и системы управления. При обратном движении «рука» складывается, что заметно уменьшает занимаемую роботом площадь.

3. Особенностью конструкции данного промышленного робота также является то, что присоединение звеньев складной руки — консольное. При этом возможны большие углы поворота в шарнирах, что позволяет, в частности, переносить объект через верх.

4. Электромеханический привод. К преимуществам относятся: высокое поддержание скорости, хорошие динамические возможности, широкий диапазон регулирования скорости, высокая точность позиционирования и перегрузочной способности.

5. Двигатели размещены на подвижных звеньях, что значительно облегчает конструкцию манипулятора промышленного робота. Зазоры в механизмах значительно уменьшаются, и соответственно увеличивается точность позиционирования.

6. Контурное управление обеспечивает перемещение звеньев манипулятора по непрерывной траектории, обладает высокой универсальностью и значительными технологическими возможностями.

Механическую систему робота, по аналогии с человеком, подразделяют на две подсистемы: скелетную, или несущую, механическую систему (НМС) и мышечную, или исполнительную, систему (ИС).

Несущая механическая система обеспечивает рабочую зону робота, его жесткость и служит для установки элементов исполнительной системы.

Исполнительная система обеспечивает перемещение звеньев НМС с заданными динамическими параметрами: ускорением, точностью, скоростью.

Несмотря на достаточно большие различия в функциях НМС и ИС, они достаточно тесно связаны между собой, оказывают значительное влияние на конструктивное исполнение друг друга и их элементы входят в модули роботов.

Робот разбит на 4 основных узла:

1. Основание.

Выполняет функцию поворота всего робота на 360° и определяет его рабочую зону;

2. Узел, обеспечивающий наклон руки робота;

3. Механизм, заставляющий узел схвата подниматься и опускаться;

4. Схват. Захватные устройства промышленных роботов предназначены для базирования и удержания объекта в определенном положении при манипулировании. Следует отметить, что созданы достаточно универсальные схваты, имитирующие устройства кисти человека. Рука манипулятора выполнена в виде унифицированной конструкции, предназначенной для захвата, удержания и ориентации в пространстве, заготовок, деталей или технологической оснастки.

Для экономического обоснования производственной деятельности необходимо рассчитать полную себестоимость изготовления единицы промышленного робота «ДенВик» и сравнить с аналогичными моделями, присутствующими на рынке.

Первым этапом расчёта себестоимости является определение суммарных затрат на покупку изделий для всех узлов робота, которые для удобства сведены в таблицу 1.

Таблица 1.

Затраты на покупные изделия для узлов промышленного робота «ДенВик»

		Наименование	Цена за единицу, (1м.) руб.	Количество в изделии, шт. (м.)	Итого:	Примечание
ОСНОВАНИЕ	Двигатель «SEW»		31747,7	1	31747,7	
	Редуктор планетарный		29385	1	29385	
	Муфта упругая втулочно-пальцевая		109,1		109,1	ГОСТ 21424-75
	Втулка		44,3	3	132,9	
	Кольцо стопорное		10,34	2	20,68	
	Фланец		108	1	108	
	Винт М8×30		8,27	22	181,94	ГОСТ 1509-2003
	Болт М10		10,3	12	123,6	
	Шайба М10		8,4	12	100,8	
	Гайка М10		10	12	120	
	Подшипники	7206	51,91	1	51,91	ТУ 37.006.162-89
		120	30,1	2	60,2	
	Корпус		53,6	2	107,2	
	Плита поворотная		74,0	2	74,0	
	Итого:				62322,33	
УЗЕЛ 2	Двигатель «SEW»		31747,7	1	31747,7	
	Редуктор планетарный		29385	1	29385	
	Стержень		102	1	102	
	Ось		36	1	36	
	Гайка М12		10,95	1	10,95	
	Втулка		41,24	1	41,24	
	Винт М8×20		8,56	6	51,36	ГОСТ 1509-2003
	Винт М6×10		7,88	3	23,64	ГОСТ 1509-2003
	Винт М6×20		8,03	6	48,18	ГОСТ 1509-2003
	Винт М12×25		8,35	5	41,75	ГОСТ 1491-80
	Винт М3×8		7,41	16	118,56	ГОСТ 17473-80
	Болт М6×25		7,34	6	44,04	СТП 1505-2006
	Шайба М6		6,55	6	39,3	ГОСТ 5915-70
	Гайка М6		8,44	6	50,64	ГОСТ 11371
	Подшипник	120	30,1	2	60,2	
	Корпус		65,4	2	130,8	
	Итого:				61931,36	

УЗЕЛ 3	Двигатель «SEW»	31747,7	2	63494	
	Редуктор планетарный	29385	2	58770	
	Муфта упругая втулочно-пальцевая	109,1	1	109,1	ГОСТ 21424-75
	Втулка	41,24	1	41,24	
	Винт М8×20	8,56	10	85,6	ГОСТ 1509-2003
	Винт М5×12	7,22	6	43,32	ГОСТ 1509-2003
	Винт М6×20	8,03	10	80,3	ГОСТ 1509-2003
	Винт М3×8	7,41	8	59,28	ГОСТ 17473-80
	Подшипник 120	30,1	1	30,1	
	Стопорное кольцо	10,34	1	10,34	
	Корпус	65,4	2	130,8	
	Шплинт	12	1	12	
	Итого:			122866,08	
СХВАТ	Двигатель «SEW»	31747,7	1	31747,7	
	Муфта упругая втулочно-пальцевая	109,1	1	109,1	ГОСТ 21424-75
	Болт М6×25	7,34	10	73,4	СТП 1505-2006
	Шайба М6	6,55	6	65,5	ГОСТ 5915-70
	Гайка М6	8,44	6	84,4	ГОСТ 11371
	Губка	35,40	2	70,8	
	Крышка	41,2	1	41,2	
	Преобразователи частоты	55	5	275	
	Система управления	80000	1	80000	
	Палец	36	2	72	
	Рычаг	43,5	2	87	
	Водило	37,8	1	37,8	
	Палец	38,5	2	77	
	Винт М3×8	7,41	12	88,92	ГОСТ 17473-80
	Концевые выключатели	700	1	700	
	Кабели и провода	20000		20000	
	Шайба М3	6,04	12	72,48	ГОСТ 5915-70
	Клемник	1000	4	4000	
	Магнитный привод	25000	1	25000	
	Гайка М8	8,54	1	8,54	ГОСТ 11371
	Шайба М8	7,35	1	7,35	ГОСТ 5915-70
	Стопорное кольцо	10,34	1	10,34	
	Корпус	48,4	2	96,8	
Итого:			90725,33		

Для сборки основания, узла 2, узла 3 и схвата требуется 3,6; 2,4; 5,3 и 2,8 чел./час соответственно, а для общей сборки и контроля — 4,5 чел./час. Таким образом, суммарная трудоёмкость работ составляет 18,6 чел./час. Требуемый разряд рабочих — четвёртый.

Для определения себестоимости все статьи затрат, связанные с производством промышленного робота «ДенВик», сведены в таблицу 2.

Таблица 2

Расчёт себестоимости единицы изделия

Наименование статей затрат	Ед. изм.	Значение
Стоимость материалов, покупных комплектующих изделий и полуфабрикатов с учетом транспортно-заготовительных расходов	руб.	337845,1
Заработная плата основная и дополнительная производственных рабочих	руб.	1990,2
Отчисления по единому социальному налогу	руб.	597,06
Общепроизводственные расходы	руб.	7522,956
Общехозяйственные расходы	руб.	8358,84
Итого производственная себестоимость	руб.	356314,2
Внепроизводственные расходы	руб.	8578,645
Итого полная себестоимость	руб.	364892,8

Необходимо учитывать, что расчет цены готового изделия справедлив для единичного типа производства, и увеличение объема выпуска изделия будет способствовать ее снижению.

Спроектированный промышленный робот «ДенВик» по экономическим показателям наиболее выгоден. К примеру, промышленный робот фирмы FANUC LR Mate 100iB, выбранный в качестве аналога, идеально подходит для использования только в лёгкой промышленности или лабораторных условиях, имеет максимальную грузоподъёмность в 5 кг и радиус действия — 620 мм. Средняя стоимость данного робота — 2135000 руб.

Промышленный робот «ДенВик» разработан для точных операций погрузки/разгрузки, сварки и сборки. Обладает максимальной грузоподъемностью в 5 кг, а радиус действия расширен до 1000 мм. При этом его стоимость составляет 364892,8 рублей. Компактные габариты и возможность расширений делают робот «ДенВик» идеально подходящим для использования в лабораторных условиях.

При снижении стоимости промышленных роботов они становятся доступными на рынке не только крупным заводам, но и другим средним предприятиям, занимающимся производством. Конструкция промышленного

робота «ДенВик» является универсальной, т. к. он может быть использован как для перемещения изделий, так и для выполнения каких-либо технологических операций при смене исполнительного органа робота. Разработанная конструкция промышленного робота является конкурентно-способной на рынке т. к. имеет низкую себестоимость, а также не уступает по техническим характеристикам мировым аналогам.

Список литературы:

1. Асфаль Р. Роботы и автоматизация производства: учебное пособие. М.: Машиностроение, 1989. — 448 с.
2. Канаев Е.М., Козырев Ю.Г. Общие сведения о промышленных роботах: учебное пособие. М.: Высшая школа, 1987. — 46 с.
3. Юревич Е.И. Основы робототехники: учебное пособие. СПб.: БХВ-Петербург, 2005. — 416 с.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКОНСТРУКЦИИ ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

Горбачева Анна Сергеевна

студент 5 курса, кафедра финансового менеджмента в строительстве

СГАСУ, г. Самара

E-mail: anna-gorbacheva@rambler.ru

Ларкина Алла Анатольевна

научный руководитель, канд. экон. наук, доцент СГАСУ, г. Самара

В современном мире новое строительство становится явлением достаточно редким. На первый план выходят проекты в той или иной мере реконструктивные. В петербургской строительной практике в ближайшие годы намечается тенденция увеличения удельного веса реконструкции по сравнению с проектами нового строительства [3]. Следовательно, вопросы идеологии, этики, технологии и экономической эффективности реконструкции будут приобретать со временем все большую актуальность.

Основной целью реконструкции является «привидение объекта в максимально возможное соответствие современным требованиям», а также

обеспечение «соответствия все параметров реконструируемого здания действующим нормам правилам» [2, с. 201], при этом обязательным условием является то, что проект реконструкции должен предусматривать сохранение всего, что имеет историко-художественную ценность или создает исторический фон памятнику культуры.

Процесс определения экономической эффективности реконструкции объектов культурного наследия предполагает проведение ряда последовательных этапов. Первым из них является анализ исторически сложившегося фонда зданий и сооружений, в том числе памятников архитектуры по вариантам их приспособления для проектируемого вида учреждения, а также анализ технико-экономических показателей сопоставимых вариантов переустройства объекта реконструкции. Экономическая эффективность затрат на реконструкцию объектов культурного наследия определяется сопоставлением показателей по вариантам проекта реконструкции с объемно-планировочными и прогнозируемыми функционально-эксплуатационными показателями данного объекта до реконструкции, а также с вариантами нового строительства аналогичного объекта. К предпосылкам, определяющим экономический эффект от вложения средств в реконструкцию исторических объектов следует отнести: максимальное сохранение существующих конструкций в целях экономии материальных, трудовых и финансовых затрат; обеспечение надежности эксплуатации без изменения, либо с социально и экономически обоснованным изменением функционального назначения объекта; мотивированный отказ от реконструкции, если по функциональным и техническим соображениям здание соответствует современным требованиям или если его замена экономически эффективнее, чем реконструкция. Следует учитывать, что для осуществления реконструкции объектов культурного наследия зачастую необходимо привлечение дополнительных финансовых ресурсов. Стоимость реконструкции таких объектов в ряде случаев превышает затраты на новое строительство, однако

в такой ситуации приоритетными являются не экономические и функциональные параметры, а социокультурные соображения.

Следующим этапом определения экономической эффективности реконструкции является учет социальных, экономических, эстетических целей с помощью критериев и единиц измерения для оценки оптимальности реконструируемого объекта и определение стоимости вариантов реконструкции, будущих эксплуатационных затрат, сроков работ по реконструкции исторического объекта. Особенности учета затрат на реконструкцию объектов культурного наследия определяются следующими факторами: невозможность обеспечения в некоторых реконструируемых объектах таких параметров помещений, которые соответствовали бы современным объемно-планировочным и функционально-технологическим требованиям; сложность и специфичность работ по реконструкции исторических объектов сказывается на повышении затрат, направленных на осуществление работ более квалифицированными кадрами; необходимость применения индивидуальных конструктивных элементов и материалов, имеющих более высокую стоимость по сравнению с типовыми материалами и конструкциями; рост эксплуатационных расходов, связанных с амортизационными отчислениями на капитальный ремонт более дорогих реконструированных объектов. Большое значение имеет тот факт, что стоимость реконструкции исторических объектов нередко приближается к затратам на новое строительство аналогичного здания, равна им или даже превышает их, принципиально отличает такую реконструкцию от реконструкции других видов общественных, а также жилых и производственных зданий. При определении экономической эффективности инвестирования денежных средств в проекты реконструкции объектов культурного наследия должны быть приняты во внимание преимущества функционального и эксплуатационного характера. Так при оценке приспособления к новым функциональным требованиям исторических объектов помимо арендной платы должна учитываться прибыль туристических организации, которые вводят данный объект в маршрут экскурсионных групп.

Также повышению экономической эффективности реконструкции объектов культурного наследия способствует возможность организации строительных работ без остановки функционирования объекта. В рамках оценки реконструкции исторических объектов Санкт-Петербурга необходимо учитывать дифференцированные затраты и доход в зависимости от вклада этих объектов в урбанизированный потенциал города [1, с. 62], удовлетворения основных потребностей населения, влияния на окружающую среду и др.

Эффективность мероприятий по реконструкции объектов культурного наследия определяется рядом факторов, степень воздействия которых существенно различается в зависимости от каждого конкретного случая. Таким образом, только на основе детальных технико-экономических расчетов можно сделать вывод о целесообразности осуществления реконструкции, либо нового строительства.

В процессе определения сравнительной эффективности проект реконструкции объекта культурного наследия сопоставляют с проектом нового строительства объекта с аналогичными характеристиками по следующим показателям: коэффициент эффективности затрат, удельные капиталовложения и затраты труда, минимум приведенных затрат, уровень рентабельности и срок окупаемости капитальных вложений.

При оценке эффективности капитальных вложений достигнутые показатели можно сопоставить с нормативными с учетом продолжительности реконструкции. В случае отсутствия нормативных показателей рассчитывается коэффициент эффективности дополнительных капитальных вложений (формула 1) [1, с. 63]:

$$E = \frac{B_2 C_2 - B_1 C_1}{K_n - K_p} \quad (1)$$

где: E — коэффициент эффективности дополнительных капитальных вложений;

B_1 — объем показателя до реконструкции, натуральный показатель;

B_2 — то же, после реконструкции, натуральный показатель;

C_1 — себестоимость показателя до реконструкции, р.;

C_2 — то же после реконструкции, р.;

K_n — капиталовложения в реконструкцию, р.;

K_p — капиталовложения в существующий объект культурного наследия, р.

Приведенные затраты на единицу показателя определяют по формуле 2

$$П = \frac{(C+K*E)}{Q} \quad (2)$$

где: $П$ — удельные приведенные затраты, р.;

C — себестоимость показателя, р.;

K — капитальные вложения, р.;

E — нормативный коэффициент эффективности;

Q — количество показателя, натуральный показатель [1, с. 63].

Коэффициент эффективности затрат на реконструкцию представляет собой отношение годового экономического эффекта к дополнительным затратам на реконструкцию.

Срок окупаемости дополнительных капитальных вложений определяют как отношение их суммы к приросту чистого дохода или экономии текущих производственных затрат (формула 3) [1, с. 64].

$$T = \frac{K_n - K_p}{C_2 - C_1} \quad (3)$$

где: T — срок окупаемости, лет.

Уровень рентабельности текущих производственных и капитальных затрат представляет собой отношение чистого дохода в новом варианте к производственным затратам.

При оценке реконструкции объектов культурного наследия необходимо в каждом случае определять экономическую эффективность мероприятий,

проводимых в рамках проекта реконструкции. К факторам, способствующим повышению эффективности капитальных вложений в реконструкцию, можно отнести: применение более эффективной технологии и средств механизации; сокращение сроков наращивания мощностей по сравнению с новым строительством; большой масштаб внедрения научно-технических достижений. Экономическим преимуществом реконструкции объектов культурного наследия считается относительно небольшой разрыв между вложением средств и получением эффекта в виде дохода. Более того, экономический эффект обеспечивается при проведении работ по реконструкции объектов без полной или частичной остановки их функционирования, что обеспечивает предоставление услуг и поступление дохода в период осуществления мероприятий по реконструкции.

К факторам, снижающим эффективность инвестирования денежных средств в проекты реконструкции исторической недвижимости, можно отнести: сложность проведения строительно-монтажных работ в условиях сложившейся застройки и эксплуатации объектов городской среды; невозможность применения типовых проектов реконструкции, что приводит к существенному увеличению затрат на проектирование; трудности использования средств механизации и необходимость использовать в ряде случаев нестандартное оборудование и технику в связи с объемно-планировочными и конструктивными особенностями исторических объектов; трудности в применении единой технологии, механизации и автоматизации производственных процессов в уже существующих объектах, различных по объемно-планировочным и конструктивным решениям.

Заключительным этапом процедуры определения экономической эффективности реконструкции объектов культурного наследия является выявление перспективы получения доходов от функционирования объекта после реконструкции и соизмерение натуральных показателей технико-экономического анализа, результатов оценки с учетом социальных, экономических и эстетических целей и затрат на осуществление реконструкции.

Список литературы:

1. Асаул А.Н., Казаков Ю.Н., Ипанов В.И. Реконструкция и реставрация объектов недвижимости: учеб. пособие. М.: Гуманистика, 2012. — 288 с.
2. Федоров В.В., Федорова Н.Н., Сухарев Ю.В. Реконструкция зданий, сооружений и городской застройки: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2012. — 224 с.
3. Центры исторических городов. Реконструкция, новое строительство — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.archiseasons.ru/wp-content/gallery/almanah/06_Almanah_2010_38-39.pdf

ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ОСНОВНЫМИ СРЕДСТВАМИ ПРОИЗВОДСТВА И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Дзюба Ирина Анатольевна

*студент 3 курса специальности Экономика и бухгалтерский учет, ГБОУ СПО
«Колледж Ейский», г. Ейск
E-mail: oll@pisem.net*

Лысенко Елена Евгеньевна

*научный руководитель, преподаватель экономических дисциплин ГБОУ СПО
«Колледж Ейский», г. Ейск*

Высокоэффективное использование производственных возможностей агропромышленного комплекса является важнейшим условием обеспеченности Российской Федерации продовольствием. В настоящее время ресурсный потенциал аграрного сектора экономики ослаблен и большинство сельскохозяйственных предприятий не имеет возможности обновлять сельскохозяйственную технику. В результате старения машинно-тракторного парка снижается объем механизированных работ, увеличивается доля ручного труда, а следовательно увеличиваются сроки выполнения работ, техническая оснащенность предприятия сокращается, при этом растут затраты на поддержание сельскохозяйственной техники в работоспособном состоянии, все эти факторы отражаются на увеличении себестоимости сельскохозяйственной продукции.

В агропромышленном комплексе обязательным условием является требование своевременности выполнения технологических процессов производства сельскохозяйственной продукции, что повышает требования к надежности техники. Повышение эффективности использования машинно-тракторного парка способствует увеличению выпуска продукции, снижению трудоемкости ее изготовления и себестоимости, т. е. способствует улучшению технико-экономических показателей сельскохозяйственного предприятия.

В связи с этим цель данной работы рассмотреть обеспеченность сельскохозяйственного предприятия (СХП) основными средствами производства и определить эффективность их использования.

Исследуемое сельскохозяйственное предприятие расположено в северо-западной части Ейского района Краснодарского края, в зоне неустойчивого земледелия. В сельском хозяйстве земля является активным фактором производства, поэтому земли с определенным сельскохозяйственным использованием должны занимать наибольший удельный вес в общей земельной площади.

Таблица 1.

Состав и структура земельного фонда СХП

Вид угодий	Базисный год		Отчетный год		Отклонение	
	Площадь, га	Структура, %	Площадь, га	Структура, %	по	по
					площадям	структуре
Земельный фонд, всего	20303	100	19832	100	-471	
1. Сельскохозяйственные угодья	18299	90,1	17967	90,6	-332	0,5
из них:						
пашня	17655	87	17419	87,8	-236	0,8
пастбища	294	1,4	217	1,1	-77	-0,3
многолетние насаждения	350	1,7	331	1,7	-19	0
2. Древесные кустарниковые растения	768	3,8	768	3,9	0	0,1
3. Болота	572	2,8	572	2,9	0	0,1
4. Прочие земли	664	3,3	525	2,6	-139	-0,7

По сравнению с базисным годом в отчетном году земельный фонд СХП уменьшился на 471 га, в связи с этим уменьшились сельскохозяйственные угодья на 332 га, которые составляют наибольший удельный вес в земельном фонде. Это говорит о том, что 90,6 % земельного фонда непосредственно используется для производства сельскохозяйственной продукции. Из сельскохозяйственных угодий наибольшая площадь отводится пашни, которая уменьшилась в отчетном году на 236 га, но в структуре общего земельного фонда составляет 87,8 %, что на 0,8 % больше, чем в базисном году.

Для характеристики данного хозяйства необходимо определить структуру посевных площадей и степень использования пашни, а также определить экономическую эффективность использования сельскохозяйственных угодий.

Таблица 2.

Структура посевных площадей и степень использования пашни в СХП

Культуры	Базисный год		Отчетный год	
	Площадь посевная, га	Структура, %	Площадь посевная, га	Структура, %
1. Зерновые и зернобобовые, в т. ч.	9349	53,5	10108	58
озимые зерновые	8365	47,8	8995	51,6
яровые зерновые	435	2,6	523	3
зернобобовые	549	3,1	590	3,4
2. Технические, в т. ч.	3028	17,3	2766	15,9
сахарная свекла	1404	8	1108	6,4
подсолнечник на зерно	1624	9,3	1658	9,5
3. Картофель и овощи	71	0,4	80	0,5
4. Кормовые, в т. ч.	41,07	23,5	4276	24,5
кормовые корнеплоды	100	0,6	111	0,6
многолетние травы	2350	13,4	2460	14,1
однолетние травы	675	3,9	642	3,7
кукуруза на силос и зеленый корм	982	5,6	1063	6,1
Вся посевная площадь	17487	100	17497	100
5. Площадь пашни	17655		17419	
Удельный вес посевов в площади пашни		99		100

Проведя анализ данных таблицы 2 можно сделать вывод, что структура посевных площадей за два рассматриваемых года изменилась незначительно. Удельный вес посевов в площади пашни в отчетном году увеличился на 1 % , это значит, что пашня используется рационально. Улучшение структуры посевных площадей рациональное использование пахотных земель одно из главных условий увеличения производства продукции растениеводства.

От уровня использования земельных ресурсов зависят результаты сельскохозяйственного производства. Сопоставление этих результатов с площадью или стоимостью земли характеризует экономическую эффективность ее использования. Если увеличивается выход продукции с единицы площади, при этом снижаются затраты на единицу продукции и повышается ее качество, тогда считается эффективным использование земли сельскохозяйственным предприятием.

Таблица 3.

Эффективность использования сельскохозяйственных угодий

Показатели	Базисный год	Отчетный год	Отношение показателей, %
Получено на 100 га сельскохозяйственных угодий, тыс. руб.:			
Валовой продукции сельского хозяйства	683,7	678,6	99,3
Товарной сельскохозяйственной продукции	837,9	934,7	111,6
Прибыли	245,5	279,7	113,9
Произведено на 100 га пашни, ц.:			
Зерна	2586,4	1601,3	61,9
Сахарной свеклы	3111,5	3015,5	96,9
Подсолнечника	208,5	188,8	90,6
Урожайность сельскохозяйственных культур, ц/га:			
Зерна	48,8	27,6	56,6
Сахарной свеклы	391,3	474,1	121,2
Подсолнечника	22,7	19,8	87,2

Анализ эффективности использования сельскохозяйственных угодий показывает, что производственные показатели в отчетном году выросли только при производстве сахарной свеклы на 21,2 %, а урожайность зерна

и подсолнечника снизилась на 43,4 % и 22,8 %, что говорит об их нерентабельном производстве. Следует сделать вывод о том, что необходимо искать более эффективные условия производства или отказаться от производства данных культур в пользу более рентабельных.

Специализация (производственное направление) предприятия определяется по структуре товарной (реализованной) продукции.

Основными показателями специализации предприятия являются уровень специализации и коэффициент специализации [2, с. 206].

Таблица 4.

Состав и структура товарной сельскохозяйственной продукции

Показатели	Базисный год		Отчетный год	
	Сумма, тыс. руб.	Структура, %	Сумма, тыс. руб.	Структура, %
1. Зерновые и зернобобовые	48822	32,2	56137	34,3
2. Подсолнечник	3154	2,1	6503	4
3. Сахарная свекла	18487	12,2	19158	11,7
4. Плоды и ягоды	426	0,33	873	0,5
5. Овощи	321	0,27	194	0,1
6. Прочая продукция	1578	1	1715	1,1
7. Продукция растениеводства собственного производства, реализованная в переработанном виде	38962	25,7	29011	17,7
Итого продукция растениеводства	111750	73,8	113591	69,4
8. Продукция скотоводства, в том числе	24805	16,4	45531	27,8
КРС в живой массе	4481	3	17054	10,4
молоко	20324	13,4	28477	17,4
9. Прочая продукция	14931	9,8	4624	2,8
10. Итого продукция животноводства	39736	26,2	50155	30,6
12. Всего продукция с/х производства	151486	100	163746	100

Проанализировав данные, таблицы 4 можно сделать вывод, что главной отраслью данного хозяйства является растениеводство. Наибольший удельный вес продукции растениеводства наблюдается в базисном году 73,8 %, что на 4,4 % больше, чем в отчетном году. Тогда как удельный вес

животноводства в базисном и отчетном годах составляет всего лишь 26,21 % и 30,6 % соответственно. Главными отраслями растениеводства можно назвать зерновые и зернобобовые 34,3 % и продукцию растениеводства собственного производства, реализованную в переработанном виде 17,7 %, а в животноводстве — молоко 17,4 % и КРС в живой массе — 10,4 %.

Таблица 5.

Показатели специализации сельскохозяйственного производства

Показатели	Базисный год	Отчетный год
Стоимость товарной продукции главной (основной) отрасли сельского хозяйства, тыс. руб.	111750	113591
Стоимость товарной продукции сельского хозяйства, тыс. руб.	151486	163746
Уровень специализации, %	73,8	69,4
Коэффициент специализации	0,66	0,62

Так как на долю главной отрасли приходится 69,4 % всей товарной продукции предприятие является специализированным. Несмотря на снижение коэффициента специализации в отчетном году на 0,04, что произошло за счет увеличения удельного веса продукции животноводства на 4,4 %, предприятие продолжает иметь глубокую специализацию.

Размеры, структура и качество трудовых ресурсов, обеспеченность ими и их использование оказывают решающее влияние на повышение эффективности сельскохозяйственного производства

Таблица 6.

Обеспеченность трудовыми ресурсами и уровень их использования

Показатели	Базисный год	Отчетный год	Отклонение (+, -)
1. Фактическая численность работников, чел.	1280	1326	+46
2. Плановая численность работников, чел.	1300	1650	+350
3. Отработано работниками всего, тыс. чел.-дн	335	320	-15
4. Площадь сельскохозяйственных угодий, га	18229	17967	-262
5. Коэффициент обеспеченности	0,98	0,8	-0,18
6. Трудообеспеченность — количество работников на 100 га сельхозугодий, чел.	7	7	0

7. Приходится сельскохозяйственных угодий на 1 работника, га	14,2	13,5	-0,7
8.Отработано в году 1 работником, чел-дн.	261,7	241,3	-20,4
9.Степень использования трудовых ресурсов, %	98,2	77,8	-20,4

В отчетном году по сравнению с базисным фактическая и плановая численность работников увеличилась на 46 чел. и 350 чел. соответственно, при этом площадь сельскохозяйственных угодий уменьшилась на 262 га. Коэффициент обеспеченности уменьшился на 0,18, а количество работников на 100 га сельскохозяйственных угодий не изменилось. Степень использования трудовых ресурсов в отчетном году снизилась на 20,4 %, что может являться следствием неэффективной организации труда в хозяйстве.

В сельском хозяйстве при расчете уровня производительности труда берутся прямые затраты в человеко-часах непосредственных производителей.

Таблица 7.

Производительность труда в СХП

Показатели	Базисный год	Отчетный год	Отношение показателя, %
1. Валовая продукция сельского хозяйства, тыс. руб.	125110	121925	97,5
2. Численность работников, чел.	1280	1326	103,6
3. Отработано работниками:			
3.1.Тыс. чел-дн.	335	320	95,5
3.2.Тыс. чел-час	2497	2327	93,2
4. Затраты труда (тыс. чел-час) на возделывание:			
4.1. Зерновых культур	374	345	92,2
4.2. Сахарной свеклы	270	206	76,3
4.3. Подсолнечника	49	46	93,9
5. Валовой сбор, ц			
5.1. Зерна	456625	278923	61,1
5.2. Сахарной свеклы	549343	525272	95,6
5.3. Подсолнечника	36804	32892	89,4
6. Годовая выработка, тыс. руб.	97,7	91,9	91,4
7. Дневная выработка, руб.	373,46	381,02	102
8. Часовая выработка, руб.	50,1	52,4	104,6

9. Затраты труда на 1 ц, чел-час			
9.1. Зерна	0,82	1,24	151,2
9.2. Сахарной свеклы	0,49	0,39	79,6
9.3. Подсолнечника	1,33	1,4	105,3

По данным таблицы 7 видно, что в отчетном году по сравнению с базисным, несмотря на то, что дневная выработка увеличилась на 2 %, а часовая на 4,6 %, годовая выработка снизилась на 8,6 %. Затраты труда на 1 ц зерна увеличились на 51,2 %, подсолнечника — на 5,3 %. Снизились затраты труда на 1 ц только на сахарную свеклу на 20,4 %. В связи с этим можно сделать вывод, что производительность в общем ухудшилась.

Улучшение обеспечения техническими средствами сельскохозяйственного предприятия влияет на снижение затрат рабочего времени и таким образом повышает производительность труда. Срок полезного использования и способ перенесения стоимости основных средств на создаваемый продукт являются их определяющими признаками.

Таблица 8.

Исходные данные о движении основных средств (Тыс. руб.)

Наименование показателя	Базисный год				Отчетный год			
	Наличие на начало года	Поступило	Выбыло	Наличие на конец года	Наличие на начало года	Поступило	Выбыло	Наличие на конец года
Здания	148653	14761	1204	162210	162210	11013	6841	166382
Сооружения и передаточные устройства	39532			39532	39532	1523	102	40953
Машины и оборудование	42458	25120	6250	61328	61328	17507	611	78224
Транспортные средства	8338	1858	296	9900	9900	1552	827	10625
Производственный и хозяйственный инвентарь	2211	159	286	2084	2084	448	117	2415
Рабочий скот	157	84		241	241		93	148
Продуктивный скот	12441	6621	3951	15111	15111	9331	7551	16891
Многолетние насаждения	1766			1766	1766			1766

Другие виды основных средств	20019			20019	20019			20019
Итого	275575	48603	11987	312191	312191	41374	16142	337423

Для анализа движения основных средств рассчитываются коэффициенты их обновления, выбытия и прироста [3, с. 99].

Таблица 9.

Показатели движения основных средств СХП

Показатели	Транспортные средства		Основные средства	
	базисный год	отчетный год	базисный год	отчетный год
Коэффициент обновления	0,19	0,15	0,16	0,12
Коэффициент выбытия	0,04	0,08	0,04	0,05
Коэффициент прироста	0,19	0,07	0,13	0,08

Из расчетных данных можно сделать вывод, что основные средства в целом обновляются незначительно, а транспортные средства в отчетном году восполнили выбывшие только наполовину.

В процессе эксплуатации основные фонды подвергаются физическому и моральному износу, который выражается через амортизационные отчисления.

Таблица 10.

Данные об амортизации основных средств предприятия (Тыс. руб.)

Наименование показателя	Базисный год		Отчетный год	
	на начало года	на конец года	на начало года	на конец года
Амортизация основных средств, всего	85676	85532	85532	83943
в том числе:				
зданий и сооружений	55039	55552	55552	49223
машин и оборудования	20119	19575	19575	23941
транспортных средств	2743	2669	2669	2962
рабочего скота	82	137	137	84
многолетних насаждений, достигших эксплуатационного возраста	918	1007	1007	1007
других видов основных средств	6775	6592	6592	6726

Показатели оснащённости хозяйств основными фондами: фондообеспеченность и фондовооружённость, характеризуют процесс их воспроизводства.

Фондообеспеченность определяется отношением среднегодовой стоимости основных производственных фондов сельскохозяйственного назначения к площади сельскохозяйственных угодий [3, с. 96].

Фондовооружённость труда представляет собой отношение среднегодовой стоимости основных производственных фондов к численности работников [2, с. 123].

Степень износа и годности основных средств характеризуют их состояние.

Степень износа основных средств определяется, как отношение начисленной амортизации за весь период их эксплуатации к первоначальной (восстановительной) стоимости, выраженное в процентах [2, с. 114].

Степень годности основных средств — это отношение разницы между их первоначальной (восстановительной) стоимостью и начисленной амортизации за весь период эксплуатации к первоначальной (восстановительной) стоимости основных средств, выраженное в процентах [2, с. 116].

Таблица 11.

Обеспеченность хозяйства основными средствами и их состояние

Показатели	Базисный год	Отчетный год	Отношение показателей, %
Фондообеспеченность, тыс. руб.	1610	1808	112,3
Фондовооружённость, тыс. руб.	229,6	245	106,7
Степень износа, %	29,1	25,8	88,7
Степень сохранности, %	70,9	74,2	104,7

В отчетном году стоимость основных средств на 100 га сельскохозяйственных угодий увеличилась на 12,3 %, на одного работника — увеличилась на 6,7 %. Степень износа основных средств на конец отчетного года составила 25,8 %, что ниже, чем в базисном году на 11,3 %, соответственно степень сохранности основных средств увеличилась на 4,7 %.

Объем и качество механизированных работ в растениеводстве зависит от уровня технического оснащения и его оптимальной структуры, что в свою

очередь влияет на уровень рентабельности отрасли. Для того чтобы определить обеспеченность предприятия сельскохозяйственной техникой нужно проанализировать характеристику машинно-тракторного парка, при этом необходимо учитывать общее количество технических средств, их структуру по маркам, период эксплуатации, а также информацию о применяемых технологиях и выращиваемых культурах.

Таблица 12.

Отчет о сельскохозяйственной технике предприятия за два года

Наименование сельскохозяйственной техники	Базисный год				Отчетный год			
	На начало года	Поступило	Выбыло	На конец года	На начало года	Поступило	Выбыло	На конец года
Тракторы всех марок (без тракторов, на которых смонтированы машины)	167	5	7	165	165	9	1	173
Тракторы на которых смонтированы машины	22	1	1	22	22		8	14
Тракторные прицепы	101		1	100	100		46	54
Сеялки — всего	56			56	56			56
Картофелесажалки	1			1	1			1
Сенокосилки тракторные (включая косилки-измельчители)	13	1	3	11	11			11
Комбайны всего, в т. ч.	53	8	8	53	53	2		55
зерноуборочные	35	8	7	36	36			36
кукурузосборочные	5		1	4	4			4
силосоуборочные	5			5	5			5
свеклоуборочные	8			8	8	2		10
Жатки рядковые и валковые	5		2	3	3			3
Автомобили грузоперевозящие	99		5	94	94	4	14	84

В базисном году преобладало выбытие сельскохозяйственной техники, были обновлены зерноуборочные комбайны и частично тракторы и сенокосилки. В отчетном году тенденция выбытия сохранилась для тракторов на которых смонтированы машины, тракторных прицепов и грузоперевозящих автомобилей. На конец отчетного года машинно-тракторный парк увеличился на 8 тракторов и 2 свеклоуборочных комбайна.

Для определения экономической эффективности использования основных средств используют систему показателей: фондоотдачу, фондоёмкость, уровень рентабельности, срок окупаемости основных производственных средств, норму прибыли [2, с. 126; 3, с. 100].

Таблица 13.

Эффективность использования основных средств

Показатели	Базисный год	Отчетный год	Отношение показателей, %
Валовая продукция сельского хозяйства в текущих ценах, тыс. руб.	125110	121925	97,5
Среднегодовая стоимость оборотных средства, тыс. руб.	86856	102106	117,6
Прибыль, тыс. руб.	44926	50258	111,9
Фондоотдача, руб.	0,43	0,38	88,4
Фондоёмкость, руб.	2,35	2,66	113,2
Уровень рентабельности использования основных средств, %	15,3	15,5	101,3
Срок окупаемости основных средств, лет.	6,54	6,46	98,8
Норма прибыли, %	11,8	11,77	99,7

Таблица 14.

Эффективность использования транспортных средств

Показатели	Базисный год	Отчетный год	Отношение показателей, %
Фондоотдача, руб.	13,72	11,9	86,7
Фондоёмкость, руб.	0,07	0,08	114,3
Срок окупаемости, лет	0,2	0,21	105

Фондоотдача основных средств и транспортных, в том числе, к концу отчетного года снизилась на 11,6 % и 13,3 % соответственно, а фондоёмкость по отношению к базисному году основных средств увеличилась на 13,2 %, транспортных средств — на 14,3 %. Это значит, что на каждую единицу стоимости основных и транспортных средств стало производиться меньше продукции и её фондоёмкость увеличилась. Срок окупаемости основных средств уменьшился на 1,2 %, а транспортных средств увеличился на 5 %,

что связано с их обновлением за последние два года. Уровень рентабельности использования основных средств в отчетном году увеличился на 1,3 %.

На основе проведенного анализа хозяйственной деятельности сельскохозяйственного предприятия можно сделать следующие выводы.

Главной отраслью данного хозяйства является растениеводство, его удельный вес в структуре товарной продукции составляет 69,4 %.

При анализе показателей движения основных средств наблюдается снижение прироста их и в том числе транспортных средств. Это значит, что при степени износа 25,8 % основные средства обновляются незначительно.

Анализ экономической эффективности использования основных средств показал, что на каждую единицу их стоимости стало производиться меньше продукции и ее фондоёмкость увеличилась. Срок окупаемости основных средств уменьшился на 1,2 %, а транспортных средств увеличился на 5 %, что связано с их обновлением за последние два года. Все это говорит о неэффективном использовании основных средств и большой доле ручного труда на предприятии.

На данном предприятии удельный вес активной части основных фондов составляет менее 40 % от общей стоимости, поэтому необходимо его повысить до максимально возможной величины, что положительно скажется на эффективности использования основных средств, а так же необходимо улучшить качество ремонтного обслуживания сельскохозяйственной техники чтобы сократить ее простои.

Для обновления основных средств, совершенствования машин и оборудования у сельскохозяйственных предприятий не хватает собственных средств, возможности государственной поддержки ограничены, поэтому необходимо совершенствовать финансово-кредитные и развивать лизинговые отношения.

Повысить эффективность использования сельскохозяйственной техники можно сократив расходы на топливо за счет применения энергосберегающих технологий и перевода техники на использование газа.

Учитывая наличие животноводческого объекта в данном хозяйстве, имеет смысл внедрения биогазовой установки с целью получения биогаза, который можно использовать для получения тепловой и электрической энергии, а полученный после доочистки биогаза биометан можно использовать для заправки автомобилей [1, с. 223].

При планировании мероприятий по улучшению использования техники необходимо учитывать человеческий фактор и повышать внимание к материальному стимулированию труда, а также применять современные организационные формы.

Список литературы:

1. Биогазовые установки. Практическое пособие. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://zorbiogas.ru/upload/pdf /Biogas_plants_Practics.pdf](http://zorbiogas.ru/upload/pdf/Biogas_plants_Practics.pdf) (дата обращения 10.01.13)
2. Минаков И.А. Экономика отраслей АПК. М.: КолосС, 2004 — 464 с.
3. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК. Мн.: Новое Знание, 2006 — 652 с.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОГНОЗНОЙ ЦЕНЫ НА МЕДЬ

Фокина Мария Сергеевна

*магистрант 2 курса, кафедра вычислительной математики и информатики
ЮУрГУ, г. Челябинск
E-mail: f.mariya.s1988@gmail.ru*

Латинова Алина Таиховна

научный руководитель, канд. физ.-мат. наук, доцент ЮУрГУ, г. Челябинск

Рассмотрим цены на медь за 2009—2011 гг.

Таблица 1.

Котировки меди

Год	Квартал	Период	Котировки
1	1	1	3500
	2	2	4500
	3	3	5500
	4	4	6500

2	1	5	7200
	2	6	7000
	3	7	7500
	4	8	8500
3	1	9	10000
	2	10	9000
	3	11	8500
	4	12	8000

По данным таблицы 1 построим график. Как видно из графика, наблюдается тенденцию к увеличению цен на медь.

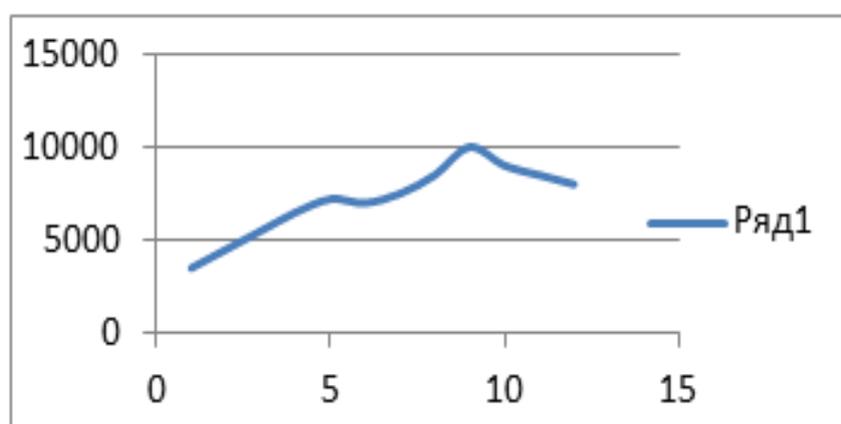


Рисунок 1. Котировки меди в 2009—2011 гг.

Таблица 2.

Данные для расчета тренда

Год	Квартал	Период	Цена	$y*t$	t^2
1	1	1	3500	3500	1
	2	2	4500	9000	4
	3	3	5500	16500	9
	4	4	6500	26000	16
2	1	5	7200	36000	25
	2	6	7000	42000	36
	3	7	7500	52500	49
	4	8	8500	68000	64
3	1	9	10000	90000	81
	2	10	9000	90000	100
	3	11	8500	93500	121
	4	12	8000	96000	144

Используя систему нормальных уравнений

$$a \cdot n + b \sum x = \sum y;$$

$$a \sum x + b \sum x^2 = \sum x \cdot y$$

определим коэффициенты и получим уравнение тренда:

$$y = 4144 + 461,2t$$

Таблица 3.

Определение сезонной компоненты

Период	Цены	Тренд	Определение сезонной компоненты аддитивной модели	Определение сезонной компоненты мультипликативной модели
1	3500	4605,2	-1105,2	0,76001
2	4500	5066,4	-566,4	0,888205
3	5500	5527,6	-27,6	0,995007
4	6500	5988,8	511,2	1,085359
5	7200	6450	750	1,116279
6	7000	6911,2	88,8	1,012849
7	7500	7372,4	127,6	1,017308
8	8500	7833,6	666,4	1,085069
9	10000	8294,8	1705,2	1,205575
10	9000	8756	244	1,027867
11	8500	9217,2	-717,2	0,922189
12	8000	9678,4	-1678,4	0,826583

Проверим качество нашего полученного уравнения регрессии. Для этого определим ошибку аппроксимации.

$$\bar{A} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \left| \frac{y_i - \hat{y}_i}{y_i} \right| \cdot 100\% = \frac{1}{12} \cdot 1,23 \cdot 100\% = 10\%$$

Ошибка аппроксимации в пределах нормы.

Рассчитаем показатель тесноты связи. Таким показателем является выборочный линейный коэффициент корреляции.

$$r_{xy} = \frac{\bar{xy} - \bar{x} \cdot \bar{y}}{\sigma_x \cdot \sigma_y} = \frac{51916,67 - 6,5 \cdot 7141,67}{3,45 \cdot 1815,42} = 0,88$$

Можно сделать вывод, что линейная связь между переменными сильная.

Найдем коэффициент детерминации. $R^2 = r_{xy}^2 = 0,88^2 \approx 0,8$. Регрессия хорошо аппроксимирует статистические данные, так как коэффициент детерминации близок к 1.

Проверим значимость коэффициента уравнения регрессии. Для того, чтобы при уровне значимости α проверить нулевую гипотезу о равенстве нулю генерального коэффициента корреляции нормальной случайной величины при конкурирующей гипотезы $H_1 \neq 0$, надо вычислить наблюдаемое значение критерия:

$$t = r_{xy} \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r_{xy}^2}} = 0,88 \frac{\sqrt{10}}{\sqrt{1-0,8}} = 6,2$$

По таблице Стьюдента при коэффициенте значимости $\alpha=0,05$ и степенями свободы $k=10$, $t_{\text{табл.}}=2,228$. Следовательно, оснований отвергать гипотезу нет.

Мы получили расчетный коэффициент Стьюдента >3 , таким образом, сделаем вывод о полной гарантии коэффициентов уравнения регрессии.

Оценим сезонную составляющую аддитивной модели как разность между фактическими котировками и значениями тренда. Оценки сезонной компоненты представлены в 4 столбце таблицы 3. Оценим сезонную компоненту мультипликативной модели как отношение фактических значений котировок меди к значениям тренда. Результаты вычислений представлены в последнем столбце таблицы 3.

Полученные оценки сезонной компоненты пока еще непригодны для построения прогнозов, так как они показывают сезонные отклонения от тренда для конкретного периода времени в исходном ряду. Для того, чтобы

оценки сезонности можно было использовать в целях получения более точного прогноза, скорректированного с учетом сезонных изменений, необходимо найти средние оценки сезонной компоненты.

Рассмотрим аддитивную модель. Найдем средние оценки по кварталам:

$$s_1 = \frac{-1105,2 + 750 + 1705,2}{3} = 450;$$
$$s_2 = \frac{-566,4 + 88,8 + 244}{3} = -77,87;$$
$$s_3 = \frac{-27,6 + 127,6 - 717,2}{3} = -205,73;$$
$$s_4 = \frac{511,2 + 666,4 - 1678,4}{3} = -166,9$$

В моделях с сезонной компонентой предполагается, что сезонные воздействия за период взаимопогашаются, т. е. сумма значений сезонных компонент должна быть равна нулю. Проверим данное утверждение для нашей модели.

$$450 - 77,87 - 205,73 - 166,9 = -0,5.$$

Определим корректирующий коэффициент: $k = -0,5/4 = -0,125$

Скорректированные значения сезонной компоненты рассчитываются как разность между ее средней оценкой и корректирующим коэффициентом k . Для первого квартала: $450 + 0,125 = 450,125$; для второго квартала: $-77,87 - (-0,125) = -77,745$; для третьего: $-205,73 - (-0,125) = -205,605$; для четвертого: $-166,9 - (-0,125) = -166,775$.

Проверим условие равенства нулю суммы скорректированных значений:

$$450,125 - 77,745 - 205,605 - 166,775 = 0.$$

Таким образом, полученные значения сезонной компоненты рассчитаны верно, и они могут использоваться в аддитивной модели прогноза.

Найдем прогноз на 2012 г. с учетом сезонной компоненты:

$$y_{13}=4144+461,2*13+450,125=10590;$$

$$y_{14}=4144+461,2*14-77,745=10523;$$

$$y_{15}=4144+461,2*15-205,605=10856;$$

$$y_{16}=4144+461,2*16-166,775=11356;$$

Рассмотрим мультипликативную модель:

$$s_1 = \frac{0,76 + 1,116 + 1,205}{3} = 1,027;$$

$$s_2 = \frac{0,888 + 1,013 + 1,028}{3} = 0,976;$$

$$s_3 = \frac{0,995 + 1,0173 + 0,922}{3} = 0,98;$$

$$s_4 = \frac{1,085 + 1,085 + 0,83}{3} = 1.$$

Найдем сумму данных сезонных компонент: $1,027+0,976+0,98+1=3,98$.

В нашем случае периодичность сезонных колебаний — 4, следовательно, корректирующий коэффициент не близок к 1: $4/3,98=1$

Скорректированные значения сезонной компоненты или индексы сезонности равны произведению средних оценок и корректирующего коэффициента. В нашем примере индексы сезонности не претерпят существенные изменения, поскольку корректирующий коэффициент близок к 1. Полученные значения индексов сезонности могут использоваться в моделях прогноза.

Список литературы:

1. Ломкова Е.Н. Экономико-математические модели управления производством: учебное пособие / Е.Н. Ломкова, А.А. Эпов. — Волгоград: РПК «Политехник», 2005 г.
2. Дуброва Т.А. Статистические методы прогнозирования: учебное пособие / Т.А. Дуброва — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 206 с.
3. Информация о финансовых рынках [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.finam.ru> (03.01.2013 г).

ВОЕННО-ТЕХНИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО РОССИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

Яхьяева Зарина Закидиновна

студент 4 курса, экономический факультет СтГАУ, г. Ставрополь

E-mail: zarina-zarina234@mail.ru

Углицких Ольга Николаевна

научный руководитель, канд. экон. наук, доцент СтГАУ, г. Ставрополь

Военно-техническое сотрудничество России на мировом рынке представляет собой деятельность уполномоченных органов государственной власти, предприятий, учреждений и организаций, которая связана с разработкой, производством и реализацией и закупкой продукции военного назначения, а также с планированием, координацией, организацией и осуществлением международного обмена продукцией и услугами военного назначения [1].

В процессе военно-технического сотрудничества государство преследует политические, экономические и оборонные цели, которые регламентируются Федеральным законом «О военно-техническом сотрудничестве Российской Федерации с иностранными государствами». К ним относятся:

- укрепление военно-политических позиций Российской Федерации на мировой арене;
- поддержание на необходимом уровне экспортного потенциала Российской Федерации в области вооружений;

- развитие научно-технической и производственной базы оборонных отраслей промышленности, их научно-исследовательских и опытно-конструкторских организаций и учреждений

- получение валютных средств для нужд государства, развития военного производства, уничтожения (утилизации) ВВТ и структурной перестройки предприятий оборонных отраслей промышленности [3].

Однако существует немало препятствий на пути реализации этих целей, имеющих как внешнюю, так и внутреннюю природу. К главному внешнему препятствию можно отнести обострение конкуренции на мировом рынке вооружений. Россия пытается выйти на относительно новые рынки в Африке, в Латинской Америке и на Ближнем Востоке. Но в то же время нас вытесняют с традиционно «наших» рынков таких как Северная Африка, Индия и Китай. Из этого нужно сделать вывод, что для завоевания новых рынков оружия и сохранения старых нужно предложить нашим партнерам лучшие условия, которые существенно отличаются от условий конкурентов. В принципе, мы предлагаем более дешевую продукцию с отличными качественными характеристиками, но одного этого недостаточно, притом что наши возможности в этих направлениях конкуренции уже близки к предельным. Последнее обусловлено внутренними проблемами состояния военного комплекса, что проявляется в крайней изношенности основных фондов и истощении запасов военных научно-технических разработок, а также нарушении кооперационных связей, старение кадрового потенциала и неполное исполнение гособоронзаказа. И для решения этих внутренних проблем необходимо организовать еще более интенсивное сотрудничество с другими странами.

Производство оборонно-промышленного комплекса России, предназначением которой является производство вооружений, отвечает всем требованиям по конкурентоспособности. В последнее время доля такой продукции в России, предназначенной на экспорт в рамках военно-технического сотрудничества (ВТС) России с иностранными государствами, значительно превышает долю

военной продукции, производимой для внутренних нужд. Объемы валютных поступлений в России занимают второе место после поступлений от продаж природных ресурсов. Поэтому именно ВТС, а вместе с ним экспорт продукции высоких технологий может стать одним из наиболее эффективных путей воспроизводственного развития российской экономики. Объемы экспортных поставок продукции военного назначения России за период 2000—2008 гг. увеличились с 3,68 до 8,3 млрд. долл.

По итогам 2011 года суммарный объем экспорта ПВН составил 13,2 миллиарда долларов США при утвержденном Президентом Российской Федерации объеме в 11,6 миллиардов долларов США.

Как и в предыдущие годы, в 2011 году около половины общего объема экспорта продукции военного назначения пришлось на долю техники ВВС, четверть заказов - на технику сухопутных войск, на военно-морскую технику — 11 %, на противовоздушную оборону — 10 %.

Поставки продукции военного назначения из России за последний год производились в 57 стран, самые крупные из которых в Индию, Китай, Венесуэлу и Вьетнам. Возобновились поставки вооружения и военной техники в такие страны как Германия, Сингапур, Уругвай, Гватемала, Лаос, Киргизия, Мали, Чехия и Экваториальная Гвинея. Самыми значимыми сделками для России можно считать продажу Мьянме самолетов МиГ-29СЭ, Уганде и Вьетнаму — самолетов Су-30МК2 . Для выполнения контрактных обязательств было привлечено 24 субъекта военно-технического сотрудничества. В число этих субъектов вошел также государственный посредник ОАО «Рособоронэкспорт».

На 2013 год уже подтверждено 80 % заявленных поставок на продукцию военного назначения. Но по части анонсированных поставок официальных подтверждающих данных по фактической передаче вооружений пока не имеется. Итоговый объем экспорта за отчетный финансовый год, учитывая опыт предыдущих лет, показывает сокращение объемов поставок. К примеру, объем мирового экспорта вооружений по предварительным данным в 2010 году

составил 71,6 млрд. долларов. А на деле оказалось, что он представлял собой сумму на 15 миллиардов долларов меньше, то есть всего лишь 56,6 млрд. долларов [2]. Такое снижение объясняется такими причинами как аннулирование программ, перенос запланированных поставок по срокам, сокращение поставок по объему. В некоторых случаях даже имеет место отказ заказчика от уже поставленной продукции

Можно отметить, что ожидаемое итоговое снижение объема мирового экспорта в 2012 году будет существенно меньше, чем в 2011 году (не более 5 млрд. долларов).

Такой высокий результат по 2012 году объясняется тем, что в период мирового кризиса доминирующее количество поставок вооружений было перенесено по срокам. Внушительная часть данных поставок была реализована в 2011 и 2012 гг. Согласно заявленным графикам объем мирового экспорта вооружений и военной техники на 2013 год планируется в объеме около 65 млрд. долларов [1].

Объем мирового экспорта США в 2012 году, по предварительным данным, определяется в размере 28,711 млрд. долларов, что составляет 41,7 % от общемирового объема экспорта продукции военного назначения. Сразу же после США в рейтинге экспортеров продукции военного назначения следует Россия. В 2011 году наша страна от поставки вооружения и военной техники получила 10,336 млрд. долларов (15 % от общемировых поставок), а в 2012 году — 11,3 млрд. долларов или 17,3 %. В эти суммы включены лишь идентифицированные поставки основных видов вооружений. Доход, полученный от различных работ по сервисному обслуживанию, поставке запчастей, ремонту и мелким контрактам не учтен. И даже при таком условии сектор мирового рынка вооружений является одной из самых прибыльных отраслей экономики. Деньги по «неучтенному» сегменту составляют от 3 до 5 % по большинству крупнейших поставщиков продукции военного назначения. В России этот показатель намного выше, примерно 12—15 %. В денежном эквиваленте он составляет от 1,2 млрд. долларов до 1,5 млрд.

долларов и, значит, существенно превысит недопоставки по основным категориям вооружений.

Заслугой России является то, что высокие результаты по 2012 году были достигнуты при условии полной потери рынка Ливии, Ирана, а также вытеснения Соединенными Штатами Америки с рынка вооружений России [2].

Таким образом, для дальнейшего развития и функционирования военно-технического сотрудничества необходимо провести ряд мер, а именно:

- укрепить свои позиции в такой сфере как модернизация и ремонт военной техники
- разработать современную концепцию государственной политики в области военно-технического сотрудничества, в которой должны найти отражение меры противодействия угрозам и вызовам, препятствующим занятию Россией лидирующих позиций на мировых рынках оружия, в том числе и таким как недобросовестная конкуренция, политический прессинг стран-импортеров российского вооружения и военной техники, преднамеренная дискредитация российской продукции военного назначения и т. д.

Итак, военно-техническое сотрудничество России на мировом рынке рассматривается как важнейшее средство обеспечения национальных интересов и довольно-таки важный источник финансовых поступлений от продажи оружия. Оно способствует упрочению позиций России на мировых рынках высокотехнологичного и наукоемкого продукта, к которому относится практически все современное вооружение.

Список литературы:

1. Долматович И.А. Проблемы финансово-экономического обеспечения оборонной безопасности России // Право и безопасность. 2010. № 1. С. 19—23.
2. Журнал «Мир и политика» [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://mir-politika.ru/>
3. Федеральный закон от 19.07.1998 № 114-ФЗ (ред. от 04.12.2007) «О военно-техническом сотрудничестве Российской Федерации с иностранными государствами» (принят Государственной Думой Федерального Собрания РФ 03.07.1998) Доступ из справочно-правовой системы «Консультант-Плюс».

ДЛЯ ЗАМЕТОК

«НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ»

Материалы VIII студенческой международной заочной
научно-практической конференции

28 февраля 2013 г.

В авторской редакции

Издательство «СибАК»
630075, г. Новосибирск, ул. Залесского, 5/1, оф. 605
E-mail: mail@sibac.info

СибАК
www.sibac.info



ISBN 978-5-4379-0232-5



9 785437 902325