

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МОТИВАЦИИ КАК ФУНКЦИИ УПРАВЛЕНИЯ

Булдакова Е.Н. - студент, Аргудяев И.Г. - к.э.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Мотивация - это процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей или целей организации.

Мотивация работников занимает одно из центральных мест в управлении персоналом, так как обуславливает их поведение. Ориентация работников на достижение целей организации является главной задачей руководства персоналом, а обеспечить её реализацию можно только используя мотивацию. Вследствие изменения содержания труда в современных условиях, широкой автоматизации и информатизации производства, в результате повышения уровня образования и социальных ожиданий сотрудников значение мотивации в управлении персоналом возрастает, усложняется содержание этого рода управленческой деятельности.

Существуют два подхода к изучению теорий мотивации.

Первый подход основывается на исследовании содержательной стороны теории мотивации. Такие теории базируются на изучении потребностей человека, которые и являются основным мотивом их поведения, а, следовательно, и деятельности. К сторонникам такого подхода можно отнести Абрахама Маслоу, Фредерика Герцберга и Дэвида Мак Клелланда.

1. Теория иерархии человеческих потребностей А. Маслоу предполагает, что в основе мотивации лежит комплекс потребностей, причём нужды конкретного индивида располагаются в иерархическом порядке. А. Маслоу выделил пять основных типов мотивирующих потребностей (в порядке возрастания):

- физиологические потребности - потребности в еде, воде, пище;
- потребности в безопасности - потребности в свободе от насилия, общественном порядке;
- социальные потребности - потребности, отражающие желание человека быть членом коллектива;
- потребности в уважении - потребности связаны с желанием иметь положительное мнение о самом себе со стороны других;
- потребности в самореализации - потребности, представляющие собой стремление человека к самореализации.

Таким образом, удовлетворение нужд человека происходит последовательно. После того как очередная потребность удовлетворяется, она отходит на второй план и активизируется потребность более высокого уровня.

2. Двухфакторная теория Ф. Герцберга. В её основе лежит исследование, в ходе которого сотни работников различных организаций отвечали на вопросы о том, когда они ощущают наибольшее желание работать и, наоборот, когда они не довольны и трудиться им совсем не хочется. Анализ полученных данных показал, что удовлетворение и неудовлетворенность о выполнении рабочих заданий определяются действием принципиально различных факторов. Был сделан вывод о том, что мотивация к труду формируется под воздействием двух групп факторов.

Первая группа факторов (гигиенические факторы) связаны с самовыражением личности, её внутренними потребностями, а также с окружающей средой, в которой осуществляется сама работа. Вторая группа факторов мотивации связана с характером и сущностью самой работы. Руководитель должен здесь помнить о необходимости обобщения содержательной части работы.

Гигиенические факторы Ф. Герцберга соответствуют физиологическим потребностям, потребности в безопасности и уверенности в будущем.

3. Следующей моделью мотивации, делавшей основной упор на потребности высших уровней, была теория Д. Мак-Клелланда. Он считал, что люди испытывают три базовые

потребности: достижения, принадлежности и власти.

Потребность в успехе не в равной степени выражена у разных работников. Человек стремится регулярно получать информацию о «взятых им рубежах», хочет знать о конкретных результатах своей работы, отличается большей организованностью, способностью предвидеть и планировать свои действия. Такие люди стремятся ставить реально достижимые цели, избегать необоснованного риска. Они получают удовлетворение не столько от награды за проделанный труд, сколько от самого процесса работы, особенно от ее успешного завершения.

Потребность в успехе подвержена развитию, что можно использовать для повышения эффективности работы. Люди, ориентированные на успех, чаще других добиваются его. В процессе мотивирования сотрудников менеджеры должны учитывать особенности людей с ярко выраженной потребностью в успехе, давая им соответствующие задания.

Потребность во власти выражается в желании влиять на других людей, контролировать их поведение, а также в готовности отвечать за других. Эта потребность выражается в стремлении к руководящей должности. Она положительно влияет на эффективность руководства. Вот почему на руководящие посты целесообразно отбирать людей с выраженной потребностью во власти. Такие люди обладают высоким самоконтролем. Они более преданы своей организации, увлечены делом, и работают, не считаясь со временем.

Большое влияние на поведение людей в организации оказывает потребность в принадлежности. Она проявляется в желании общаться, и иметь дружеские отношения с другими людьми. Сотрудники с острой потребностью в принадлежности достигают высоких результатов в первую очередь при выполнении заданий, требующих высокого уровня социального взаимодействия и хороших межличностных отношений.

Мак-Клелланд пытался доказать ценность своей теории эмпирически, и, прежде всего, используя специально разработанные для этого тесты. Однако полного эмпирического подтверждения его теории не получила.

Второй подход к мотивации базируется на процессуальных теориях. Здесь говорится о распределении усилий работников и выборе определённого вида поведения для достижения конкретных целей. К таким теориям относятся теория ожиданий (модель мотивации по В. Вруму), теория справедливости и модель Портера-Лоулера.

1. Теория ожиданий базируется на том, что наличие активной потребности не является необходимым единственным условием мотивации человека на достижении цели. Человек также должен надеяться на то, что выбранный им тип поведения действительно приведёт к удовлетворению желаемой цели.

При анализе мотивации к труду теория ожиданий подчёркивает важность трех взаимосвязей: «затраты труда - результаты» (З-Р); «результаты - вознаграждение» (Р-В); «валентность» (удовлетворенность вознаграждением).

Ожидание в отношении «затраты труда - результаты» - это соотношение между затраченными усилиями и полученными результатами.

Ожидание в отношении «результаты - вознаграждение» являются ответом на достигнутый уровень результатов.

Третий фактор, определяющий мотивацию в теории ожидания, - это валентность, или ценность вознаграждения.

Если значение любого из этих факторов будет мало, то будет слабой мотивация и низки результаты труда. Соотношение этих факторов можно выразить формулой:

Мотивация = «З-Р» * «Р-В» * Валентность

2. Теория справедливости утверждает, что люди субъективно определяют отношение полученного вознаграждения к затраченным усилиям и затем соотносят его с вознаграждением других людей, выполняющих аналогичную работу. Если это сравнение показывает несправедливость и дисбаланс, то есть человек считает, что его коллега получил за ту же работу большее вознаграждение, то у него возникает психологическое напряжение. В результате этого сотрудника необходимо мотивировать, снять напряжение и для

восстановления справедливости исправить дисбаланс.

3. Модель Портера-Лоулера. Лаймон Портер и Эдвард Лоулер разработали комплексную теорию мотивации, включающую элементы теории ожиданий и теории справедливости. В их модели фигурирует пять переменных: затраченные усилия, восприятие, полученные результаты, вознаграждение, степень удовлетворения вознаграждением.

Согласно модели Портера-Лоулера достигнутые результаты зависят от приложенных работником усилий, его способностей и характерных особенностей, осознания им своей роли в ходе выполнения работ и в группе. Уровень приложенных усилий будет определяться ценностью вознаграждения и степенью уверенности в том, что данный уровень усилий действительно повлечет за собой определенный уровень вознаграждения.

ОСНОВНЫЕ ТИПЫ ГАЗОТРАНСПОРТНЫХ ТАРИФОВ

Вилохина Ю. В. – магистрант, Огневенко Г. С. – к.э.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Газотранспортная система России объединена в Единую систему газоснабжения (ЕСГ) в рамках естественной монополии – ОАО "Газпром".

Государственное регулирование газотранспортной монополии ОАО "Газпром" реализуется с целью:

- а) обеспечения эффективного ценообразования на услуги;
- в) обеспечения необходимых объёмов инвестиций;
- г) обеспечения высокого качества услуг;
- д) извлечения у монополии сверхприбыли и ренты.

Основной механизм экономического регулирования государством естественных монополий – ценообразование на их продукцию.

Основные типы газотранспортных тарифов, применяемые в мировой практике:

- "Почтовая марка" (*Postage stamp*): плата за транспортировку не зависит от того, где закачивается и отбирается газ;

- "От точки к точке" (*Point to point, P2P*): тариф устанавливается для каждой пары точек закачки и отбора газа. Частным случаем такого тарифа является тариф "Дистанционный";

- "Дистанционный" (*Distance based*), при котором величина тарифа зависит только от расстояния между точками входа и выхода;

- "Вход-выход" (*Entry-exit, EE*): тариф состоит из двух частей – платы за вход и платы за выход, величина которых устанавливается для каждой точки и не зависит от того, в какую точку (из какой точки) транспортируется газ данным пользователем.

Приведённые методы ценообразования исходят из допущения о полной информированности регулирующего органа обо всех сторонах деятельности регулируемой естественной монополии.

Но в реальной действительности фирма информирована намного лучше, чем регулирующие органы, как об уровне своих издержек и спросе в отрасли, так и о своих собственных действиях (например, об усилиях, направленных на сокращение издержек). Таким образом, "неравенство" сторон существенно усложняет задачи регулирующих органов и делает недоступными привлекательные "простые" решения. Эта проблема получила название проблемы асимметричности информации (*asymmetric information problem*).

Проблема асимметричности информации стала ключевой в теории регулирования с начала 1980-х годов (Байрон (*Baron*) и Безанко (*Besanko*) (1984); Сибли (*Sibley*) (1989) и другие). Эта проблема заставляет видоизменять многие теоретические подходы и пересматривать постановку ряда вопросов. Сквозь призму проблемы асимметричности информации модифицируются задачи регулирования. Одной из важных задач регулирующего процесса – побудить и мотивировать фирму использовать её информационные преимущества не для извлечения монопольных прибылей, а на общее благо. Возникает вопрос о разработке режима регулирования, порождающего подобные стимулы.

Перспективы регулирования существенно зависят от того, какова степень "закрытости" информации. Один подход ориентирует на то, что хотя регулирующим органам существенно не хватает информации об издержках фирмы, они, тем не менее, могут выстроить вероятную функцию издержек. Другой подход – более радикальный. Он исходит из того, что регулирующим органам не известна даже общая форма функции издержек фирмы.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Вирясова М.В. – студент, Мачин К.А. – к.э.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

В настоящее время все большее количество предприятий осознают огромную роль инноваций в успешной организации своей деятельности, завоевание новых рынков, усилении конкурентных преимуществ. Предприятия стараются в силу своих возможностей обновлять основные фонды, внедряя новые технологии в производство, выпускать новые виды продукции, обновлять перечень предоставляемых услуг, повышая их качество. Чтобы выжить, люди вынуждены меняться ради приспособления к обстоятельствам и событиям вокруг них и в них самих. Организации также постоянно приспосабливаются и совершенствуются. Чтобы не просто выжить, а расти и развиваться, они вынуждены очень серьезно изменять себя с целью достижения поставленных целей. Сам факт внедрения инноваций на предприятии свидетельствует о переходе к более высокому уровню производственных возможностей, то есть является показателем развития компании. Инновация является объектом воздействия со стороны хозяйственного механизма. Хозяйственный механизм воздействует как на процессы создания, реализации и продвижения инноваций, так и на экономические отношения, возникающие между производителями, продавцами и покупателями инноваций. Воздействие хозяйственного механизма на инновации осуществляется с помощью определенных приемов и особой стратегии управления. В совокупности эти приемы и стратегия образуют своеобразный механизм управления инновациями в инновационном менеджменте [1].

Учитывая современные глобальные вызовы, инновационное развитие, и как следствие инновационный менеджмент, является абсолютно необходимым для поддержания конкурентоспособности экономики. В Кемеровской области ключевым элементом инновационной инфраструктуры является Кузбасский технопарк, который был создан в рамках государственной программы. В информационном банке технопарка уже собрано свыше 160 инновационных проектов с хорошим потенциалом и главное – с высокой степенью готовности. Через Экспертный совет, созданный в технопарке для отбора инновационных предложений, прошли 46 проектов. При этом 10 предприятиям, которые уже реализуют инновационные проекты, официально присвоен статус полноправных резидентов Кузбасского технопарка. Еще один инновационный проект осуществляет ООО «Центр молекулярных технологий». Технология «МИКРОНИНТЕР», разработанная компанией, предназначена для удаления из турбинных, трансформаторных, промышленных, растительных масел и дизельного топлива различного типа загрязнений и влаги. В итоге ресурс работы двигателей повышается на 450 – 600 %, а также снимается болезненная проблема утилизации отработанных диэлектрических жидкостей и без того сложнейших экологических условиях [2]. И все это было бы невозможно без применения и внедрения инновационного менеджмента.

В университетах Германии была запущена программа стимулирования инновационного менеджмента – EXIST. Основная цель программы – улучшить условия для создания стартапов в университетах и увеличить их число. EXIST выполняет три задачи: 1) формирование предпринимательской культуры в системе преподавания, в научных исследованиях и в административном руководстве университетов; 2) создание системы непрерывного превращения результатов научных исследований в экономическое богатство с учетом того,

что передача технологий стала одной из задач деятельности университетов; 3) активизация предпринимательской деятельности с учетом инновационного менеджмента.

В Японии была проведена программа выездных семинаров в рамках технического содействия России на 2007 - 2011 финансовый год (для Европейской части России под названием «Инновационный менеджмент»). В программе принимали участия многие Японские и Российские компании и корпорации.

Руководством Московского камнеобрабатывающего комбината (МКК) была составлена программа, включающая реализацию на первом и втором камнеобрабатывающем предприятии одного (первого) инновационного мероприятия; на первом карьере - второго инновационного мероприятия, а на втором карьере инновационная деятельность не предусматривалась. В этом случае при практически том же объеме инвестиций (4490 тыс. у.е.) чистый дисконтированный доход составил бы 3870 тыс. у.е. Таким образом, использование предлагаемого инструментария планирования позволяет увеличить чистый дисконтированный доход на 6,4 % (до 4100 тыс. у.е.). Вышеприведенный пример свидетельствует о возможности и эффективности предложенной методике планирования. При этом следует отметить, что рассматривалось ограниченное число альтернатив и предприятий. При их увеличении возросла эффективность использования методики. Для обеспечения конкурентных преимуществ и удовлетворения требований потребителей к номенклатуре и качеству продукции из природного камня был внедрен механизм инновационного менеджмента, обеспечивающий повышение эффективности инновационной деятельности и конкурентоспособности предприятий. Наибольшая эффективность внедрения инноваций достигается при интеграции отдельных предприятий в структуры холдингового типа. Вследствие внедрения инноваций была проведена диагностика организационной культуры Московского камнеобрабатывающего комбината и разработка мероприятий по ее совершенствованию. Для определения типа сложившейся организационной культуры был проведен опрос работников подразделений аппарата управления, основного и вспомогательного производств. Общее число опрошенных составило 31 человек, из которых 16 относятся к службам аппарата управления комбината и 15 - к цехам основного и вспомогательного производств. Диагностировались типы организационных культур, сложившихся в обследованных подразделениях. В качестве вспомогательной информации учитывались результаты экспертной оценки типа кадровой политики, практикуемой на комбинате. Результаты диагностики организационной культуры позволили выявить следующее: в аппарате управления МКК сложилась оргкультура, представляющая собой смесь из четырех организационных культур, для которой характерно доминирование бюрократической и партисипативной оргкультур - по классификации Л. Константайна. Сопоставление оргкультур подразделений аппарата управления и производственных подразделений производилось в соответствии со схемой Дила-Кеннеди. Необходимость использования этой типологии обусловлена организационной невозможностью проведения в условиях производственных подразделений МКК диагностики с применением методического инструментария, базирующегося на типологии Л. Константайна. В результате сопоставления диагностики организационных культур Московского камнеобрабатывающего комбината было выявлено, что в аппарате управления и в производственном подразделении доминирующее положение занимают административная культура и культура мелких успехов. Но если в управленческом подразделении доминирует административная оргкультура, то в производственном подразделении приоритетное положение занимает культура мелких успехов. На основании исследований, можно считать, что модель идеальной организационной культуры, направленной на реализацию инновационной стратегии, должна быть преимущественно предпринимательской с элементами партисипативной, органической и бюрократической культуры [3].

Самый богатый человек планеты Билл Гейтс, в большей степени менеджер, чем разработчик, а продукты его компаний - это яркий пример инновационных продуктов. Причем его случай - еще и яркий пример неудачного менеджмента компании IBM, которая первой

создала персональный компьютер и, ошибившись в его рыночных перспективах, позволила тысячам компаний во всем мире производить PC бесплатно. Это и была первая стратегическая ошибка менеджмента IBM. Вторая стратегическая ошибка компании состояла в том, что, недооценив рынок программного обеспечения, она позволила никому не известной фирме Билла Гейтса разработать операционную систему для своих компьютеров. Так, результатом двух ошибок всемирно известной корпорации IBM стало появление компании «Майкрософт», капитализация которой составляет более сотни миллиардов долларов. Это классический пример возможной цены ошибок в инновационном бизнесе... Ноу-хау, помноженное на энергию, может сделать сказочно богатым практически любого человека. Инновационный бизнес, несмотря на высокие риски, возбуждает и увлекает весь мир своей высокой прибыльностью. Во всем мире продвижением, введением новшеств в большой бизнес занимаются управленцы - менеджеры инновационной деятельности, компетентные во взаимосвязанных правовых и экономических вопросах использования и охраны разрабатываемых интеллектуальных продуктов, владеющие алгоритмом работы с коммерчески интересной идеей и знающие методологию и подходы ее реализации. Оценить рыночную привлекательность идеи, определить оптимальные пути ее реализации, продвинуть ее на рынок, привлечь заинтересованных инвесторов, и, минуя технологические просчеты и финансовые провалы, превратить ее в успешный бизнес - в этом заключается их искусство и мастерство. В цене новых продуктов, если принять её за 100%, на разработку приходится в среднем 20%, а на выведение продукта на рынок 80%. Это наглядно иллюстрирует значение управления и степени ответственности менеджеров в успехе (или неудаче) нового продукта. Кстати, иностранные инвесторы, которые проявляют к российским разработкам повышенный интерес, стараются вкладывать свои средства не столько в саму идею или технологию, сколько в команду конкретных людей, способных заинтересовать инвестора, доказать ему перспективность и осуществимость идеи, т.е. на менеджмент по ее реализации. У нас такие профессионалы пока практически отсутствуют. В результате, при массе перспективных, коммерчески ценных разработок доходит до рынка только их ничтожная часть, а внедрение новых бизнес-идей далеко не всегда приводит к ожидаемому коммерческому успеху [3]. Анализ многих инновационных проектов, которые закончились неудачей, показывает, что причины неудач можно было определить из той информации, которой руководители проекта располагали еще на момент отбора и старта проекта. Но вместо применения инновационного менеджмента и общеизвестных формализованных методов оценки (в том числе и экспертной оценки) наши руководители больше полагаются на интуицию и собственный разум. Вообще, не следует забывать о том, что успешная коммерциализация требует по меньшей мере выполнения двух условий: должна быть "правильная" бизнес-идея, т.е. бизнес-идея, у которой имеется достаточно высокий коммерческий потенциал; должна быть команда разработчиков (в широком смысле слова), которая сможет «правильно» ее реализовать.

В любых быстроразвивающихся отраслях промышленности, будь то биотехнология, медицина, энергетика, связь или Hi-Fi, где все постоянно меняется, улучшается и требует постоянного продвижения, просто «взять» покупателя уже невозможно. Ситуация вынуждает предлагать ему только принципиально новый товар. Таким образом, инновационный менеджмент – это не только способы и методы управления предприятием, но и применение любых знаний на рынке, позволяющее повысить эффективность бизнеса, выжить и развиваться фирмам в условиях высоких рисков и российской неопределенности. В масштабах регионов или отдельных видов экономической деятельности требуется оценить уровни инновационного развития, что поможет разрабатывать предприятиям адекватные инновационные стратегии, а руководству регионов корректировать экономическую политику.

Список использованных источников:

1. Абибуллаев М.С. Теоретико-методические основы оценки инновационного развития предприятий // 2008. - №15. – С. 80-87.

2. Галиев Ж.К. Экономика предприятия. Изд. МГТУ, 2008 г.

3. Поляков С.Г., Степнов И.М. Модель инновационного развития предприятия // Инновации, 2003. - № 2-3(59-60). – С. 36-38.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ АНАЛИЗА И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ПРОДАЖ

Галка Е. – студент, Мачин К.А. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Прогнозирование - это ключевой момент при принятии решений в управлении. Конечная эффективность любого решения зависит от последовательности событий, возникающих уже после принятия решения. Возможность предсказать неуправляемые аспекты этих событий перед принятием решения позволяет сделать наилучший выбор, который, в противном случае, мог бы быть не таким удачным. Поэтому системы планирования и управления, обычно, реализуют функцию прогноза.

В последние несколько лет наблюдается взрыв интереса к нейронным сетям. Они находят успешное применение в самых различных областях - бизнесе, медицине, технике, геологии, физике. Нейронные сети вошли в практику везде, где нужно решать задачи прогнозирования, классификации или управления. Поскольку они применимы практически в любой ситуации, когда имеется связь между переменными-предикторами (входами) и прогнозируемыми переменными (выходами), даже если эта связь имеет очень сложную природу и ее трудно выразить в обычных терминах корреляций или различий между группами.

Растущий интерес к методам нейронных сетей можно объяснить их успешным применением в самых различных областях деятельности для решения задач прогнозирования, классификации и управления. Такие характеристики нейросетевых методов, как возможность нелинейного моделирования и сравнительная простота реализации, часто делают их незаменимыми при решении сложнейших многомерных задач.

Нейронные сети нелинейные по своей природе и представляют собой исключительно мощный метод моделирования, позволяющий воспроизводить чрезвычайно сложные зависимости. На протяжении многих лет в качестве основного метода в большинстве областей использовалось линейное моделирование, поскольку для него хорошо разработаны процедуры оптимизации. Там, где линейная аппроксимация неудовлетворительна и линейные модели работают плохо, а таких задач достаточно много, основным инструментом становятся нейросетевые (НС) методы. Кроме того, нейронные сети справляются с проблемой большой размерности, которая не позволяет моделировать линейные зависимости в случае большого числа переменных.

НС хорошо подходят для распознавания образов и решения задач классификации, оптимизации и прогнозирования. Ниже приведен перечень возможных промышленных применений нейронных сетей, на базе которых либо уже созданы коммерческие продукты, либо реализованы демонстрационные прототипы:

Банки и страховые компании: автоматическое считывание чеков и финансовых документов; проверка достоверности подписей; оценка риска для займов; прогнозирование изменений экономических показателей.

Административное обслуживание: автоматическое считывание документов; автоматическое распознавание штриховых кодов.

Нефтяная и химическая промышленность: анализ геологической информации; идентификация неисправностей оборудования; разведка залежей минералов по данным аэрофотосъемок; управление процессами.

Военная промышленность и авиация: обработка звуковых сигналов; обработка радарных сигналов (распознавание целей, идентификация и локализация источников); обработка инфракрасных сигналов; обобщение информации; автоматическое пилотирование.

Промышленное производство: управление манипуляторами; управление качеством; управление процессами; обнаружение неисправностей; адаптивная робототехника; управление голосом.

Служба безопасности: распознавание лиц, голосов, отпечатков пальцев.

Биомедицинская промышленность: анализ рентгенограмм; обнаружение отклонений в ЭКГ.

Телевидение и связь: адаптивное управление сетью связи; сжатие и восстановление изображения.

Представленный перечень далеко не полон. Ежемесячно западные средства массовой информации сообщают о новых коммерческих продуктах на базе нейронных сетей. Так, фирма LIAC выпускает аппаратуру для контроля качества воды. Специалисты инвестиционного банка Citicomp (Лондон) с помощью программного нейропакета делают краткосрочные прогнозы колебаний курсов валют.

Методы прогнозирования можно разделить на два класса (кавалитативные и квантитативные) в зависимости от того, какие математические методы используются.

Квалитативные составляют основу классических методов прогноза, производят субъективную оценку, основанную на мнении экспертов. Обычно, это формальная процедура для получения обобщенного предсказания, на основе ранжирования и обобщения мнения экспертов (например, на основе методов Делфи). Эти методы основываются на опросах, тестах, оценке эффективности продаж и исторических данных, и главное процесс, с помощью которого получается прогноз остается субъективным.

Квантитативные процедуры прогнозирования явно объявляют - каким образом получен прогноз. Четко видна логика и понятны математические операции. Эти методы производят исследование исторических данных для того, чтобы определить глубинный процесс, генерирующий переменную и, предположив, что процесс стабилен, использовать знания о нем для того, чтобы экстраполировать процесс в будущее. К квантитативным процедурам прогнозирования относятся методы, основанные на статистическом анализе, анализе временных последовательностей, байесовском прогнозировании, наборе фрактальных методов, нейронных сетях.

Существует еще одна классность нейронных сетей. Сети, обучаемые с учителем и без учителя. Нейронные сети, обучаемые с учителем, представляют собой средство для извлечения из набора данных информации о взаимосвязях между входами и выходами сети. Т.е. сеть обучается устанавливать взаимосвязи между заданной входной информацией и результатами. Эти взаимосвязи могут быть переведены в математические уравнения для обеспечения принятия решений в будущем. Нейронные сети, обучаемые без учителя, служат средством для решения задачи классификации, организации и визуального представления больших объемов данных. Одним из примеров данного класса нейронных сетей являются самоорганизующиеся карты (сети Кохонена). Самоорганизующиеся карты (СОК) представляют собой автоматизированные методы визуального анализа данных и выявления закономерностей в больших объемах информации. При этом акцент делается на вопросах выявления новых структур и паттернов (образов) в массивах данных, а также извлечения новых знаний из имеющейся информации или опыта. Особенность самоорганизующихся карт заключается в том, что этот метод исследования не требует никаких априорных предположений о распределении данных. Главное отличие нейронных сетей, обучаемых без учителя, от нейронных сетей, обучаемых с учителем, заключается в том, что при построении самоорганизующихся карт обучающие данные содержат только значения входных переменных. Т.е. сеть Кохонена учится понимать саму структуру данных. Одно из возможных применений сетей Кохонена – разведочный анализ данных (распознавание и установление близости кластеров). Другая возможная область применения – обнаружение новых явлений. Сеть Кохонена распознает кластеры в обучающих данных и относит все данные к тем или иным кластерам. Если после этого сеть встретится с наблюдениями, не похожими ни на один из известных образцов, то она не сможет классифицировать такой

набор и, как следствие, выявит его новизну. Таким образом, построение сетей Кохонена в процессе анализа данных позволяет решить следующие основные задачи:

- 1) кластеризация данных;
- 2) визуализация данных в результате нелинейного проецирования многомерного пространства данных на двумерную топологическую карту;
- 3) снижение размерности данных;
- 4) обнаружение новых взаимосвязей в больших наборах многомерных данных.

Оценка результатов, полученных с помощью сетей Кохонена, проводится по трем основным аспектам:

- 1) количество полученных кластеров (оптимальное число кластеров зависит от исходных данных, целей исследования и предназначения топологической карты);
- 2) качество кластеризации (высокое качество кластеризации достигается, если в результате процесса кластеризации выделяется набор кластеров, которые значительно отличаются друг от друга.
- 3) устойчивость результатов кластеризации.

Оценка результатов, полученных с помощью сетей Кохонена, представляет собой основу для выбора карты, наилучшим образом соответствующей поставленной цели исследования.

Поскольку прогнозирование никогда не сможет полностью уничтожить риск при принятии решений, необходимо явно определять неточность прогноза. Обычно, принимаемое решение определяется результатами прогноза (при этом предполагается, что прогноз правильный) с учетом возможной ошибки прогнозирования.

Прогнозирование на НС обладает рядом недостатков. Вообще говоря, нам необходимо как минимум 50, а лучше 100 наблюдений для создания приемлемой модели. Это достаточно большое число данных и существует много случаев, когда такое количество исторических данных недоступно. Например, при производстве сезонного товара, истории предыдущих сезонов недостаточно для прогноза на текущий сезон, из-за изменения стиля продукта, политики продаж и т.д.

Другим недостатком нейронных моделей - значительные затраты по времени и другим ресурсам для построения удовлетворительной модели. Эта проблема не очень важна, если исследуется небольшое число временных последовательностей. Тем не менее, обычно прогнозирующая система в области управления производством может включать от нескольких сотен до нескольких тысяч временных последовательностей. Недостатком нейронных сетей является их недетерминированность. Имеется в виду то, что после обучения имеется "черный ящик", который каким-то образом работает, но логика принятия решений нейросетью совершенно скрыта от эксперта. В принципе, существуют алгоритмы "извлечения знаний из нейронной сети", которые формализуют обученную нейронную сеть до списка логических правил, тем самым создавая на основе сети экспертную систему. К сожалению, эти алгоритмы не встраиваются в нейросетевые пакеты, к тому же наборы правил, которые генерируются такими алгоритмами достаточно объемные.

Однако, несмотря на перечисленные недостатки, нейронные модели обладают рядом достоинств. Существует удобный способ модифицировать модель по мере того как появляются новые наблюдения. Модель хорошо работает с временными последовательностями, в которых мал интервал наблюдений, т.е. может быть получена относительно длительная временная последовательность. По этой причине модель может быть использована в областях, где нас интересуют ежечасовые, ежедневные или еженедельные наблюдения. Эти модели также используются в ситуациях, когда необходимо анализировать небольшое число временных последовательностей.

Анализ революционных научных открытий, произведенных на стыке экономической теории и статистических методов исследования, позволяет утверждать о том, что будущее экономической науки неразрывно связано с развитием и использованием современных

количественных методов анализа данных. При этом интеграция теории и методов должна носить более фундированный характер и создавать основу для будущих открытий в области экономической науки и становления новой теории экономического анализа.

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ МАШИНОСТРОЕНИЯ

Головачева Л.А. – студент, Белова Т.Ю. – к.т.н., доцент

Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Повышение уровня конкурентоспособности предприятий, оптимизация функционирования фирм в рыночной среде – фундаментальная проблема современной экономики. Для того чтобы узнать конкурентно ли предприятие на рынке, необходимо проанализировать влияние внешних и внутренних факторов на его деятельность.

В условиях острой конкурентной борьбы необходимо отслеживать все многообразие факторов, определяющих уровень конкурентоспособности предприятия.

Таблица 1 – Конкурентоспособность предприятия: факторы

Наименование фактора	Характеристика конкурентоспособности предприятия
Отраслевые и рыночные факторы	
1. Техничко-экономические, технологические и иные показатели	Рынок обладает большой емкостью, следовательно, предприятие может наращивать объем производства.
2. Состояние конкуренции в отрасли	Из-за высоких барьеров при входе конкуренция в отрасли средняя, что позволяет предприятию укрепить свои позиции и завоевать свой рынок потребителей.
3. Движущие силы, вызывающие долгосрочные изменения в отрасли	Отрасль является наукоемкой, поэтому основной движущей силой является способность предприятий совершенствовать продукцию. АПЗ «Ротор» ежегодно проводит ряд исследований по улучшению продукции, выпускает модернизированные виды продукции.
4. Конкурентное положение предприятий	На местном рынке (рынке Алтайского края) у предприятия нет серьезных конкурентов, и оно занимает позицию явного лидера, однако на национальном рынке конкуренция велика, и позицию предприятия можно определить как «догоняющего».
5. Оценка привлекательности отрасли	Отрасль обладает средней привлекательностью, но находится на стадии активного роста, что позволяет предприятию наращивать объемы производства.
Факторы макросреды	
1. Государственно-правовые	Государственные заказы на спецтехнику способствуют увеличению объемов производства предприятия
2. Макроэкономические	Инфляция, рост процентных ставок, налогов, цен на сырье ухудшают финансовое положение предприятия, делая его менее конкурентоспособным
3. Социально-демографические	Непрестижность и низкооплачиваемость технических профессий вызывает нехватку персонала на предприятии.

Основными внутренними факторами конкурентоспособности предприятия являются:

- социальная значимость предприятия,
- целевая эффективность,
- технологическая эффективность,
- экономическая эффективность и финансовая устойчивость предприятия.

Таблица 2– Показатели конкурентоспособности предприятия

Показатели	АПЗ "Ротор"
I. Целевая эффективность	
1.1.а) Индекс физического объема продаж по сравнению с (N-3)г. (J1)	1,0343
1.1.б) индекс физического • объема продаж по сравнению с (N-2)г. (J2)	1,1245
1.2. Удельный вес новой продукции	0,2000
1.3. Доля экспорта в общем объеме продаж	0,0100
1.4. Коэффициент рентабельности капитала	0,1237
Интегральный коэффициент целевой эффективности	2,3568
Оценка интегрального показателя	< 2,5 но >1 допустимое значение
II Технологическая эффективность	
2.1. Коэффициент использования производств, мощности	0,5000
2.2. Фондоотдача по прибыли	0,1743
2.3. Эффективность труда по прибыли	43,9726
2.4. Оборачиваемость запасов	3,4613
Интегральный коэффициент технологической эффективности	5,4177
Оценка интегрального показателя	выше норматив-ного значения
III. Экономическая эффективность и финансовая устойчивость	
3.1. Рентабельность продаж	0,0658
3.2. Затраты на рубль продаж	0,8858
3.3. Коэффициент быстрой ликвидности	0,1154
3.4. Коэффициент текущей ликвидности	1,2
3.5 Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	8,6227
3.6 Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	3,3190
3.7. Коэффициент убыточности	0
Интегральный коэффициент экономической эффективности и финансовой устойчивости	327,9725
Оценка интегрального показателя	выше нормативного
IV. Социально-экономическая и общественная значимость предприятия	
4.1 .Участие в гособоронзаказе	0,43
4.4. Участие в содержании социальной сферы	0,1204
4.5. Степень занятости населения города на данном предприятии	0,0032
4.6 Участие в содержании мобмощностей	0,0010
4.7 Доля объема производства предприятия в общем объеме промышленного производства края	0,4193

4.8.Участие федеральной и краевой собственности в уставном капитале предприятий	0,51
Интегральный коэффициент социально-экономической значимости предприятия	5,2570
Оценка интегрального показателя	значимость высокая

Таким образом, можно сделать вывод, что преимущества компании достаточно сильны и высоки, чтобы они могли позволить предприятию эффективно функционировать. ОАО АПЗ «Ротор» необходимо использовать все свои конкурентные преимущества, с целью увеличения объемов продаж и улучшения финансового состояния предприятия. Высокое качество продукции является одним из самых значительных преимуществ, и, наряду с развитой системой стимулирования сбыта и большим ассортиментом, позволяет фирме конкурировать с другими предприятиями на рынке. Так же имеются производственные резервы и высокий инновационный потенциал, за счет которых фирма может повысить свои конкурентные преимущества. Однако, следует уделить особое внимание, таким слабым сторонам, как высокая доля заемных средств и недостаточное использование производственных мощностей, которые могут значительно снизить конкурентоспособность. Чтобы улучшить свою позицию на рынке рассматриваемому предприятию необходимо предлагать только качественную, современную продукцию, которая бы полностью удовлетворяла всем вкусам и предпочтениям покупателей, а также соответствовала уровню технологического развития отрасли. Необходимо улучшить систему стимулирования работников, чтобы привлечь молодые кадры, улучшить качество рекламы, проанализировать и сократить удельные издержки, расширить рынок дополнительных товаров и услуг.

Необходимо правильно оценить все возможности и угрозы внешней среды. Особое внимание следует уделить таким возможностям, как высокая емкость рынка, получение государственной поддержки, развитие технологий. Однако, даже используя эти возможности рынка, компании не избежать таких угроз, как уменьшение платежеспособности населения, рост инфляции, налогов и нестабильности экономики в целом. Но она вполне в состоянии уменьшить их воздействие.

Таким образом, основными конкурентными силами предприятия являются высокое качество продукции и услуг, высокий уровень технологических и инновационных возможностей, высокая квалификация персонала, обширные ключевые компетенции. Основные конкурентные слабости – это высокие удельные издержки, низкая доля рынка, рентабельность, финансовая слабость, большое количество угроз внешней среды. Можно сделать вывод, что предприятие занимает среднюю конкурентную позицию на рынке, имеет достаточно сил для проведения определенных стратегических инициатив и неплохие шансы на укрепление положения в будущем.

СИСТЕМА АВТОМАТИЗИРОВАННОГО СБОРА ДАННЫХ И ЭНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТА КОМПАНИИ.

Губкин А.С. – студент, Бессонова Н.Б. – к.т.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И.Ползунова (г. Барнаул)

Сегодня одним из приоритетных направлений развития экономики Российской Федерации является обеспечение энергоэффективности, под которой понимается, в первую очередь, снижение потребления энергоресурсов предприятиями и населением страны. Главным образом это связано с необходимостью снижения нагрузки на окружающую среду в части потребления энергоресурсов и связанных с этим образований отходов, выбросов, сбросов, а также с увеличивающимися требованиями к энергетической эффективности во всем мире.

Об этом свидетельствует ФЗ «О техническом регулировании», в котором обозначена одна из целей принятия технического регламента – обеспечение энергетической

эффективности, а также подписанный Президентом РФ 23 ноября 2009г. федеральный закон «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

В целях повышения энергоэффективности многие зарубежные компании планируют или уже внедрили системы энергоменеджмента на основе международного стандарта **ISO 50001 Energy management systems — Requirements with guidance for use** (Системы энергоменеджмента — Требования с руководством по использованию).

Цель стандарта заключается в предоставлении компаниям структурированного и всеобъемлющего руководства по оптимизации процесса потребления энергетических ресурсов и системному управлению данным процессом. Компании, внедрившие систему энергетического менеджмента, получают возможность сократить издержки на потребление энергии и снизить воздействие на окружающую среду.

С помощью предлагаемой системы автоматизированного анализа собранных данных и энергоменеджмента, отвечающей требованиям международного стандарта ISO 50001 для повышения энергоэффективности, предприятие сможет пройти сертификацию в российском или зарубежном органе.

Также данная система будет развиваться и улучшаться на основе современных мировых подходов.

Предлагаемая система будет состоять из информационно-измерительного комплекса (ИИК) и информационно-вычислительного комплекса (ИВК).

ИИК - часть системы от проводника электроэнергии до электросчётчика. Трансформаторы тока, трансформатор напряжения и электропроводка, соединяющая трансформаторы со счётчиком, входит в состав ИИК. Коммуникационной средой между счётчиком и устройством сбора и передачи данных (УСПД) может являться интерфейс RS-485, интерфейс RS-232, CAN интерфейс, GSM, радиоэфир, PLC - сеть 0,4кВ. Организация канала связи в коммуникационной среде осуществляется программными и аппаратными методами.

ИВК - часть системы от электросчётчика до контролирующей организации. К ИВК относятся: УСПД, каналы связи между электросчётчиками и УСПД, серверы верхнего уровня, коммуникационная среда и каналы связи между УСПД и серверами верхнего уровня.

Коммуникационной средой между УСПД и серверами верхнего уровня может являться структурированная кабельная сеть, телефонная сеть с коммутируемыми каналами, Ethernet, GSM, волоконно-оптическая связь, радиосвязь, или Интернет. Организация канала связи в коммуникационной среде осуществляется программными или аппаратными методами.

Функции системы:

- Автоматический сбор данных коммерческого учета потребления (отпуска) электроэнергии по каждой точке (группе) учета на заданных коммерческих интервалах
- Хранение параметров учета в базе данных.
- Обеспечение многотарифного учета потребления (отпуска) электроэнергии.
- Обеспечение контроля за соблюдением лимитов энергопотребления.
- Контроль параметров электроэнергии (токов, напряжений, $\cos \varphi$, частоты) на заданном интервале опроса (технически).
- Вывод расчетных параметров на терминал и/или на устройство печати по требованию оператора.
- Ведение единого системного времени с возможностью его корректировки.
- Автоматизированный анализ собранных данных и формирование энергоменеджмента компании.

Основные этапы анализа данных и формирования энергоменеджмента следующие:

1. Оценочный аудит:

Организация и проведение оценочного аудита имеющейся системы энергоменеджмента компании на соответствие требованиям стандарта ISO 50001.

Формирование и представление отчета о степени соответствия деятельности компании

требованиям стандарта с указанием несоответствий и рекомендациями по их устранению.

2. Рекомендации и обучение:

Обучающие мероприятия для высшего руководства, представителей служб и отделов главного энергетика, главного механика, главного технолога, участников проекта по внедрению, внутренних аудиторов.

3. Планирование:

Установление (определение) сооружений, оборудования, процессов и персонала в значительной степени затрагивающих энергопотребление (идентификация энергетических аспектов).

Выявление законодательных и других требований в области энергосбережения, которым должна следовать компания.

Определение энергополитики, энергоцелей и показателей, программ энергоменеджмента.

Распределение обязанностей, ответственности и полномочий в системе энергоменеджмента.

Установление необходимого уровня компетентности персонала.

4. Разработка:

Разработка документации, руководства с описанием элементов стандарта ISO 50001, документированных процедур, записей, положений о подразделениях, должностных и рабочих инструкций.

5. Внедрение и заключительная оценка:

Внедрение разработанных документов в постоянную практику работы компании.

Организация и проведение внутренних аудитов.

Проведение совместно с высшим руководством анализа функционирования системы энергоменеджмента.

Проведение заключительной оценки по правилам сертификационного органа.

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Предприятие, которое построило и наладило работу качественной системы автоматизированного анализа и энергетического менеджмента, получает возможность:

- улучшить производственный цикл;
- своевременно проводить эффективные мероприятия по энергосбережению;
- получать отдачу от этих мероприятий в виде финансовой прибыли;
- повысить свою энергоэффективность;
- реализовать планы по улучшению результативности энергосбережения путем проведения анализа текущего потребления энергии относительно ожидаемого;
- внедрять и применять в повседневной деятельности организаций различные законодательные, регулирующие, контрактные и иные требования и обязательства;
- выполнять важную регулирующую функцию в изменении климата.

ПРОБЛЕМЫ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ АЛТАЙСКОГО КРАЯ НА ПРИМЕРЕ ОРГАНИЗАЦИИ ООО «КОНЦЕРН АЛТАЙКОКСОХИМСТРОЙ»

Кайгородов А.А. – студент, Аргудяев И.Г. – к.э.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г.Барнаул).

Возрастание роли организаций в условиях рыночной экономики в результате получения экономической свободы и полной ответственности за свои результаты ведет к необходимости постоянного повышения эффективности производства.

Объектом исследования в курсовой работе является общество с ограниченной ответственностью «Концерн Алтайкоксохимстрой». В качестве предмета исследования выступает производственная деятельность общества с ограниченной ответственностью «Концерн Алтайкоксохимстрой».

Идет старение основного парка строительной техники.

Продукция отрасли потребляется в основном на внутреннем рынке. Отсутствие экспортных поставок у большинства крупных и средних промышленных предприятий свидетельствуют о низкой конкурентоспособности их продукции, устаревшей технологии производства.

Так же, Алтайский край в настоящий момент занимает выгодное положение как регион, недостаточно оснащенный современными технологиями строительной индустрии. Остро ощущается дефицит таких технологий и в соседних регионах.

ООО "Концерн Алтайкоксохимстрой" - предприятие действующее на строительном рынке более 35 лет, включает в себя более 40 юридических лиц численностью более 2500 человек, которые ведут полный цикл работ: от проектирования до сдачи объектов под ключ, осуществляют производство строительных материалов, оказывают услуги строительных механизмов и автотранспорта.

Можно отметить и ряд недостатков, присущих рассматриваемой организационной структуре, среди которых можно отметить: затягивание сроков подготовки управленческих решений; не всегда обеспечивается согласованность в работе отделов; максимальная сосредоточенность руководителей среднего звена только на целях своего подразделения.

Среднесписочная численность работников ООО «Концерн АКХС» на протяжении всего периода имеет тенденцию к снижению. Уменьшается численность как руководителей, специалистов и служащих, так и рабочих и рабочих сдельщиков. Среднесписочная численность работников в 2008 году уменьшилась на 11,1%, а в 2009 году - 3,4%. Сокращение численности было вызвано структурными изменениями, которые проходили на протяжении 2007-2009гг., а также окончанием строительства ряда объектов.

Среди работников ООО «Концерн АКХС» наблюдается большая текучесть кадров. Увольнение руководителей, специалистов и служащих происходит по следующим причинам: пенсия, смена места работы, низкая оплата труда. Основная доля текучести кадров наблюдается среди рабочих.

Одна из главных проблем строительной отрасли на сегодняшний день – наличие административных барьеров. Огромное количество времени у инвесторов уходит на получение разрешительной документации, что напрямую отражается на сроках сдачи объектов. Необходимо, не теряя качество контроля, максимально упростить процедуру согласований.

Проблемы для строительного комплекса – это, во-первых, традиционные проблемы энергообеспечения, сложная и непрозрачная система согласования строительной документации, неактивный подход к решению проблемы развития центра города.

Детальный анализ себестоимости строительного-монтажных работ, продукции, услуг ООО «Концерн АКХС» по элементам затрат показал, что наибольшая статья затрат 70% приходится на сырье и материалы.

Основными направлениями повышения эффективности деятельности ООО «Концерн АКХС» являются: эффективное использование основных фондов, снижение материально-технических запасов, экономия материальных ресурсов, внедрение новой техники и технологий, повышение уровня собираемости денежных средств, для снижения дебиторской задолженности, рост объемов выполняемых работ, выпускаемой продукции, оказания услуг, оптимизация кадрового состава, снижение затрат на заработную плату и как следствие снижение себестоимости.

ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Клыжко М.А. - студент, Аргудяев И.Г. - к.э.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г.Барнаул)

Совершенствование управления организацией, в частности, повышение уровня организационной культуры, становится решающим фактором общественного прогресса, что способствует эффективной работе предприятия. На основе предприятия ООО «Холод» был

предложен ряд тезисов, на основе которых возможно совершенствование организационной культуры предприятия.

1. Высшим критерием эффективной работы предприятия является полное удовлетворение общественных и личных потребностей при наиболее рациональном использовании имеющихся ресурсов.

2. Необходимо учитывать интересы участников деятельности предприятия (города, развития предприятия, собственника, генерального директора, трудового коллектива). Также важна поддержка со стороны государства. На предприятии отсутствует эффективная государственная промышленная политика, идею о ее разработке и реализации единодушно поддержал весь коллектив предприятия.

3. Экономическая эффективность определяется путем сопоставления полученного эффекта с использованными ресурсами или затратами.

4. Производственная и конкурентная позиции вместе характеризуют возможности и обязательства по гарантиям прибыльности от реализации изделий и услуг предприятия на уже освоенных рынках.

5. Развитие конкуренции и развитие налогообложения снижают прибыли предприятий и ставят перед ними острую проблему повышения эффективности деятельности.

6. Одной из главных задач развития предприятия является привлечение инвестиций - целесообразна реализация схем проектного финансирования, предусматривающих разделение рисков между участниками инвестиционного процесса.

7. Предприятие, вышедшее на рынок 6-8 лет назад, начинало деятельность в условиях минимальной конкуренции. Значительная доля успеха была обусловлена низкой информационной насыщенностью рынка. То и другое позволяло предприятию поддерживать наценки на товар на уровне 100 - 150 % при обороте капитала до 4-х раз в месяц. Развитие конкуренции и информированность, развитие экономики способствовали снижению наценок. На сегодняшний день предприятие работает в диапазоне 10-60 % наценки при оборачиваемости капитала в 1 - 2,5 раза месяца.

8. При образовании предприятия была стихийно сложившаяся организационная структура. С ростом предприятия старые методы управления начинают тормозить прогресс, тогда как принятие новых методов не подкреплено собственным опытом.. Ощущается недостаток информации не столько о конечной цели, сколько о пути перехода. Высока вероятность ошибок, высоко оценивается риск

9. Эффективный стратегический менеджмент может быть построен только на основе информационных технологий. Сегодняшний менеджмент на предприятии организован, как автоматизация существующих процессов, миссия которых заключается в выполнении обслуживающих функций. При стратегическом менеджменте главной задачей информационных технологий является формирование конкурентоспособного бизнеса. В стратегическом менеджменте информационно-технологические ресурсы предприятия должны использоваться для создания, поддержания и углубления устойчивого конкурентного превосходства предприятия.

Стратегический менеджмент ИТ предприятия должен:

- обеспечить единую информационную среду предприятия;
- использовать ИТ как ключевые преимущества;
- строить менеджмент ИТ, в опоре на процессы, ресурсы и требования к информации, предъявляемые рынком;
- создать модель развития предприятия, базированную на ИТ -стратегии;
- достигать и обеспечивать соответствие между целями предприятия и менеджментом в сфере ИТ;
- гарантировать эффективное управление инвестициями в ИТ;
- полностью взять на себя оценку рисков, аудит эффективности информационных систем, оптимизацию всей деятельности в сфере ИТ, решение кадровых проблем в этой сфере.

11. Для эффективной работы предприятия также необходим контроль, который является одной из основных функций управления. Контроль обеспечит выработку и осуществление эффективного и своевременного управляющего воздействия для обеспечения заданной эффективности достижения цели деятельности. Для этого следует:

- 5) изучать положение дел в организации;
- 6) отслеживать тенденции ее развития;
- 7) выявлять нарушения и ошибки.

ПОНЯТИЕ ОБ ОРГАНИЗАЦИИ, ЕЁ ПРИЗНАКИ И ХАРАКТЕРИСТИКИ

Кудачин А.Ю. – студент, Аргудяев И.Г. – к.э.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г.Барнаул)

Почему крохотная “Эппл” и гигантская “Ай Би Эм” заработали сотни миллионов в компьютерном бизнесе, а другие, такие как “Ар Си Эй”, потеряли свои состояния? Как “МакДоналдсу” удастся готовить миллиарды гамбургеров в год, дешево продавать их и получать при этом огромные прибыли, в то время как большинство ресторанов не в состоянии обслуживать несколько сотен клиентов в день? Почему религиозное учреждение, такое как католическая церковь, может процветать в 2011 году, если оно действует по принципам и в соответствии с практикой, которые привели бы к краху любого бизнесмена буквально за несколько часов?

Успех и провал этих фирм и компаний имеют одну общую особенность. Все они являются организациями. Организация составляет основу мира менеджеров, она является причиной, обуславливающей существование менеджмента.

Организация - это группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей.

Приведенное выше определение справедливо не просто для организации, а для *формальной* организации. Существуют также *неформальные* организации, группы, которые возникают спонтанно, но где люди вступают во взаимодействие друг с другом достаточно регулярно. Неформальные организации существуют во всех формальных организациях, за исключением, быть может, очень маленьких. И хотя у них нет руководителей, неформальные организации очень важны и зачастую очень влиятельны.

Из определения следует, что организация всегда имеет хотя бы одну общую цель, разделяемую и признаваемую таковой всеми ее членами. Но формальное управление редко имеет дело с организациями, имеющими только одну цель. Менеджмент -это управление сложными организациями. Сложные организации имеют набор *взаимосвязанных целей*.

Один простой пример: “МакДоналдс” является организацией, состоящей из 7 с лишним тысяч самостоятельных предприятий, работа которых обеспечивается поддержкой большого числа организаций, работающих “ за кулисами”, ведущих строительство магазинов и цехов, осуществляющих рекламу, производящих закупку продуктов, разрабатывающих новые виды продукции, осуществляющих контроль качества. Каждое заведение “МакДоналдс” имеет свои планы реализации продукции и прибыли. Каждая вспомогательная единица также имеет свои цели, такие как, например, закупка говядины по выгодным ценам. Эти цели взаимосвязаны и взаимозависимы.

Например, ресторан может реализовать свои цели, добившись запланированной прибыли, только если служба закупок добьется своих целей, обеспечив достаточное количество булочек по нужной цене, если служба маркетинга обеспечит достаточный приток покупателей, технологи найдут способ эффективного приготовления и. т.д. Основная причина, позволившая “МакДоналдсу” стать крупнейшим предприятием в своем бизнесе в мире, заключается в том, что компании удастся не только достичь всех выше перечисленных целей, но и эффективно взаимосвязать их с наименьшими затратами.

Составляющие успеха организации:

Выживание.

Для того, чтобы оставаться сильными и чтобы выжить большинству организаций приходится менять периодически свои цели, выбирая их соответственно изменяющимся потребности мира.

Результативность и эффективность

По словам популярного исследователя Питера Друкера, результативность является следствием того, что “делаются нужные, правильные вещи”. А эффективность является следствием того, что “правильно создаются эти самые вещи”. И первое и второе одинаково важно.

Производительность.

Производительность на всех уровнях организации является критически важным фактором для того, чтобы организация могла выжить и добиться успеха в условиях конкуренции. Большой объем продаж дает более производительной организации больше денег для того, чтобы вложить их в ресурсы, включая лучшие заводы, лучшее оборудование, лучшую технологию что может и в дальнейшем способствовать повышению производительности.

УПРАВЛЕНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ РИСКОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАШИНОСТРОЕНИЯ

Маевич Е.А. – аспирант, Родина Г.Е. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Анализ ситуации, сложившейся в отрасли машиностроения выявил ряд серьезных проблем, в числе которых: низкая инвестиционная привлекательность и сокращение доступа к кредитным средствам, деградация научно-технического потенциала, особенно в условиях мирового финансового кризиса, нехватка подготовленного персонала, недостаточная поддержка государства нарушение отраслевых связей между участниками интеграционных процессов. Исходя из этого необходимо применение систем управления рисками на предприятиях машиностроительной отрасли России.

Следует отметить, что на данном этапе развития производства в Российской Федерации, повышение эффективности управления логистическими рисками становится все более актуальным. За последние 10 лет на западном рынке в этом направлении было сделано несколько значимых прорывов. Внедрение электронных систем, контролирующих поставки, позволило снизить издержки при доставке и хранении грузов. Но существующие системы управления не отвечают всем возможным пунктам защиты от логистических рисков.

Множественность факторов риска в машиностроении ставит перед предприятиями сложные задачи по организации целенаправленного воздействия на них. Нерешенность многих вопросов, прежде всего касающихся методов анализа и сбора информации о факторах риска, создания и внедрения системы управления рисками, организации воздействия на факторы риска, интеграции системы управления рисками в структуру организационных процессов предприятия, формирует широкий спектр задач исследования. [2]

Повышение эффективности управления требует формирования новых подходов к риск-менеджменту, предполагающих снижение негативного влияния неопределенности в структуре факторов, определяющих эффективность реализации управленческих и иных процедур предприятия.

В экономической литературе вопросы управления рисками в России рассматривались на протяжении второй половины XX века в связи с развитием исследований логико-вероятностного программирования и теории игр. Совершенствование экономической системы РФ сделала вопросы управления рисками более актуальными.

Важным моментом при оценке понятия «риск» является сложность и многофакторность логистической среды. Риски логистических систем могут быть самыми разнообразными. По своей сути логистические риски объединяют в себе различные виды рисков всех

составляющих звеньев и элементов как в процессе изменения материальных, финансовых и информационных потоков, так и в процессе собственно управления рисками, возникающими в логистической системе. [3]

Ещё один важный момент в оценке понятия «риск» заключается в том, что логистическая система на практике представляет собой не динамичную организацию с единым управлением, а совокупность заинтересованных сторон в виде звеньев логистической системы с определенными потенциальными возможностями и сферой компетентности. Под заинтересованными сторонами в логистической системе понимаются логистические звенья, с чьими интересами и прибылью связан успех организации и логистической системы. Звенья логистической системы – это в том числе команда менеджеров и специалистов с определенным характером собственной деятельности и профессиональной компетенцией. Подобная система не позволяет проводить позвенную дифференциацию процессов в логистической цепи, поэтому одних только вероятностно-статистических подходов при оценке рисков здесь явно недостаточно.

Применительно к логистическим системам (ЛС), классификация рисков должна учитывать следующую специфику рисков в таких системах:

- Коммерческий риск (срывы поставок, неготовность груза в срок, нарушение сроков, невыполнение финансовых обязательств сторон ЛС).

- Риск утраты имущества из-за стихийных бедствий, неблагоприятных условий транспортировки.

- Риск утраты имущества по причине забастовок; массовых волнений; военных действий.

- Риски, обусловленные нарушениями техники безопасности и пожарной безопасности.

- Риски хищений.

- Риски экологические (происшествие с товаром либо несоответствие его свойств упаковке, которое может нанести ущерб окружающей среде).

- Технический риск — отказ или поломка транспортных средств и, как следствие, возможные задержки доставки груза и повышение вероятности других рисков.

- Риски, причиной которых является низкая квалификация контрагентов в ЛС, — халатность, утрата документов, их задержка и т. п.

- Риск гражданской ответственности от нанесения ущерба третьим лицам.

Определение риска является неотъемлемой частью процесса управления рисками. В управлении рисками можно использовать различные приемы, методы, средства и подходы для перераспределения соответствующего возможного экономического результата с целью достижения наилучшего или более приемлемого баланса между ожидаемым доходом и соответствующим риском. [1]

Обычно к основным методам управления рисками в системах логистики относят следующие:

- методы уклонения от рисков;
- методы локализации рисков;
- методы диссипации рисков;
- методы упреждения или компенсации рисков.

К методам уклонения от рисков обычно относят методы, реализуемые на основе:

- отказа от услуг неизвестных или сомнительных поставщиков, исполнителей и т. д.;
- отказа от рискованных предложений, сделок, проектов, риск которых превышает допустимые границы для конкретного ЛПР;

- переноса риска на другое лицо с условиями, требованиями или ограничениями, оговариваемыми в соответствующем контексте, например в контрактах;

- страхования рисков, при этом используются услуги рынка страхования, что также нередко интерпретируется как «перепродажа» соответствующих рисков страховой компании;

- хеджирования рисков, при этом используются услуги и технологии рынков срочных контрактов;

- «поиска гаранта» и др.

К методам локализации рисков, как правило, относят методы, реализуемые на основе:

- анализа и выделения тех видов риска, которые представляют специальный интерес в рамках соответствующего бизнеса и которыми требуется управлять в первую очередь;

- выделения экономически наиболее опасного участка деятельности, например звена/звеньев в цепи поставок, этапа в рамках проекта и т. д. При этом для него реализуется возможность контроля, позволяющего снизить уровень финального риска предприятия или обеспечить приемлемый баланс между анализируемым риском и ожидаемым доходом.

К методам диссипации рисков, как правило, относят методы, реализуемые на основе:

- привлечения партнеров, пропорционально (или непропорционально) разделяющих риск;

- интеграции или объединения с другими участниками бизнеса, имеющими общие интересы (в частности, создание акционерных обществ, финансово-промышленных групп; приобретение или обмен акциями; вступление в различные консорциумы, ассоциации, концерны и т. д.);

- диверсификации рисков, которая понимается как:

- а) диверсификация деятельности, что предполагает увеличение числа используемых или готовых к использованию технологий, расширение ассортимента выпускаемой продукции или спектра предоставляемых услуг, ориентацию на различные социальные группы потребителей, на предприятия разных регионов и т. п.;

- б) диверсификация рынка сбыта, что предполагает работу одновременно на нескольких товарных рынках, когда неудача на одном из них может быть компенсирована успехами на других, распределение поставок между многими потребителями и т. п.;

- в) диверсификация закупок сырья и материалов, что предполагает взаимодействие со многими поставщиками, которое позволяет ослабить зависимость предприятия от его «окружения», от влияния факторов ненадежности отдельных поставщиков сырья, материалов, комплектующих и т. д.

К методам упреждения или компенсации риска, как правило, относят методы, реализуемые на основе:

- использования в деятельности предприятия стратегического планирования;

- прогнозирования внешней экономической обстановки;

- мониторинга социально-экономической и нормативно-правовой среды, т. е. использование актуализируемых компьютерных систем нормативно-справочной информации;

- создания системы резервов;

- активный целенаправленный маркетинг.

Управление рисками поставок должно начинаться на уровне службы поставок, хотя может выйти на общекорпоративный уровень. Менеджерам важно понять, что стоит за понятием «риск», как можно управлять рисками и как поступить, если все пошло не так. У любого менеджера или руководителя есть определенный багаж опыта и знаний, определенная сфера компетенции и свой взгляд на риск, и этот взгляд не всегда объективен. [3] Риск поставок — это лишь один из рисков, с которыми сталкивается любая организация. Традиционно финансовый риск — это область ответственности отдела финансов, страхование собственности — отдела по работе с недвижимостью и т.д. Создание группы управления корпоративными рисками, которую возглавляет менеджер по рискам, позволяет компании оценивать общую угрозу риска и управлять всеми рисками. Таким образом, очевидно, что управление риском становится все более важной областью в работе менеджеров по поставкам.

Список используемых источников

- 1) Логистика: учебное пособие / под ред. Б. А. Аникина. – М.: ТК Велби, Проспект, 2007. - 408 с.
- 2) Механизм управления рисками предприятия в современных условиях хозяйствования [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.infomanagement.ru/>.-Загл. с экрана.
- 3) Стерлигов, К. Механизмы управления рисками в логистике [Электронный ресурс] / К. Стерлигов.-Режим доступа: <http://www.logistpro.ru/>.- Загл. с экрана.

ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ОАО ХК «БСЗ»

Мазурина Т.В. – студент, Аргудяев И.Г. – к.э.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Машиностроение является базовой отраслью экономики, определяющей развитие в масштабах всей страны таких комплексов, как топливно-энергетический, транспортный, строительный, химический и нефтехимический и ряд других. От уровня развития машиностроения зависят важнейшие удельные показатели валового внутреннего продукта страны (производительность труда, материалоемкость, энергоемкость) и, как следствие, конкурентоспособность выпускаемой продукции. При этом доля машиностроения в промышленном производстве России не соответствует уровню развития экономически развитых стран и составляет 21%, в то время как в Германии - 54%, Японии - 52%, США - 46%. Сокращаются заказы от основных потребителей продукции машиностроения, утрачиваются рыночные позиции на внешнем и внутреннем рынке, что приводит к нарастающему дефициту финансовых ресурсов и снижению инвестиционной активности предприятий машиностроения.

ОАО Холдинговая компания "Барнаульский станкостроительный завод" является одним из крупных производителей боеприпасов и промышленной продукции. В ходе анализа финансовой деятельности ОАО ХК «БСЗ» были выявлены следующие проблемы:

✓ Первая проблема - это прежде всего проблема неудовлетворительного состояния активной части основных фондов, т.е. парка технологического оборудования завода, поскольку большая часть его физически и морально устарела. По данным анализа экономического состояния на ОАО «ХК» БСЗ» 65 % оборудования эксплуатируется 15—20 лет и более, а оборудование, которое можно назвать современным, т.е. срок эксплуатации которого меньше пяти лет, составляет менее 9 %.

✓ Вторая проблема - низкая рентабельность деятельности. Относительно высокая рентабельность производства предприятия сопровождается достаточно низкой рентабельностью активов, что связано, во-первых, со значительной капиталоемкостью машиностроения, а во-вторых, со значительной величиной устаревших и неиспользуемых мощностей.

✓ Третья проблема – низкие темпы роста производства. Так, динамика объемов производства компании характеризуется среднегодовым приростом. Правда, в основном он был обусловлен ростом цен, а не ростом физических объемов производства.

✓ Четвертая проблема - низкий уровень производительности труда.

✓ Пятая проблема – это проблема кадрового потенциала. Серьезной проблемой становится не столько нехватка рабочих кадров в абсолютном выражении, сколько возрастающее несоответствие их квалификации требованиям современных производственных технологий, обеспечивающих выпуск конкурентоспособной продукции, современному уровню технологического оборудования.

✓ Шестая важная проблема завода, также негативно сказывающейся на общих показателях эффективности деятельности, является проблема неплатежей. Компания имеет, во-первых, высокую долю в общей бюджетной задолженности, во-вторых, значительную величину кредиторской задолженности и крайне высокой длительностью ее оборота. Это

приводит к низким показателям ликвидности, ухудшает структуру баланса предприятия и, таким образом, снижает инвестиционную привлекательность компании.

Таким образом, главной целью развития ОАО ХК «БСЗ» является повышение его конкурентоспособности на основе смены технологической платформы, обновления номенклатуры выпускаемой продукции, востребованной на рынках сбыта, реализации организационно-технических мероприятий по энергоснабжению, снижению материальных затрат, нахождению более эффективных форм организации производства.

Для повышения эффективности деятельности предприятия необходимо обеспечить ввод новых фондов и реализовать мероприятия по снижению себестоимости выпуска и реализации. Этому должны способствовать совершенствование инвестиционного законодательства, использование льготных процентных ставок по кредитам и налаживание интеграционных связей между предприятиями отрасли.

Получение достаточно высокой прибыли и увеличение производительности труда, зависит главным образом от изобретательности, мастерства и мотивации руководства. Для этого надо сформулировать общие условия выхода подразделений на прибыльную работу. Определить факторы, определяющие организационную структуру предприятий.

Основная причина неплатежей на предприятии, заключается в нехватке собственных оборотных средств. Решению этой проблемы может помочь реализация мероприятий по сокращению дебиторской задолженности, а также совершенствование существующей практики расчета с предприятиями по госзаказам.

В основе всех перечисленных проблем лежит недостаток инвестиционных ресурсов. Без привлечения инвестиций невозможно решить давно назревшие проблемы обновления фондов, дефицита оборотных средств, а как следствие - неплатежей и в целом убыточного финансового состояния предприятия.

ОЦЕНКА ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО «МИХАЙЛОВСКИЙ ЗАВОД ХИМИЧЕСКИХ РЕАКТИВОВ» НА БАЗЕ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Мартынова Д.А., Ходунова Д.В. - студенты, Макеева Н.Г. - доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Финансовая деятельность компании во всех ее формах сопряжена с многочисленными рисками, степень влияния которых на результаты этой деятельности и уровень финансовой безопасности существенно возрастает в настоящее время. Риски, сопровождающие хозяйственную деятельность компании и генерирующие финансовые угрозы, объединяются в особую группу финансовых рисков, играющих наиболее существенную роль в общем портфеле компании. Существенное возрастание влияния финансовых рисков компании на результаты хозяйственной деятельности вызвано нестабильностью внешней среды: экономической ситуации в стране, появлением новых инновационных финансовых инструментов, расширением сферы финансовых отношений, изменчивостью конъюнктуры финансового рынка и рядом других факторов. Поэтому идентификация, оценка и отслеживание уровня финансовых рисков являются одной из актуальных задач в практической деятельности финансовых менеджеров [1, с. 11]

В качестве исходной информации при оценке финансовых рисков используется бухгалтерская отчетность предприятия: бухгалтерский баланс, фиксирующий имущественное и финансовое положение организации на отчетную дату; отчет о прибылях и убытках, представляющий результаты деятельности за отчетный период. Основные финансовые риски, оцениваемые предприятиями:

- риск потери платежеспособности
- риск потери финансовой устойчивости и независимости
- риски структуры активов и пассивов.

Оценка риска платежеспособности и потери финансовой устойчивости и независимости проводится с помощью абсолютных показателей. В зависимости от нарушения соблюдения

всех условий абсолютной ликвидности баланса ($A1 > П1$; $A2 > П2$; $A3 > П3$; $A4 < П4$) предприятие может находиться в безрисковой зоне, зоне допустимого риска, критического риска или катастрофического [2, с. 47]

Интегральная балльная оценка финансового состояния организации.

Показатель финансового состояния	Рейтинг показателя	Критерий		Условия снижения критерия
		высший	низший	
1. Коэффициент абсолютной ликвидности (L_2)	20	0,5 и выше – 20 баллов	Менее 0,1 – 0 баллов	За каждые 0,1 пункта снижения по сравнению с 0,5 снимается по 4 балла
2. Коэффициент «критической оценки» (L_3)	18	1,5 и выше – 18 баллов	Менее 1 – 0 баллов	За каждые 0,1 пункта снижения по сравнению с 1,5 снимается по 3 балла
3. Коэффициент текущей ликвидности (L_4)	16,5	2 и выше – 16,5 балла	Менее 1 – 0 баллов	За каждые 0,1 пункта снижения по сравнению с 2 снимается по 1,5 балла
4. Коэффициент автономии (U_1)	17	0,5 и выше – 17 баллов	Менее 0,4 – 0 баллов	За каждые 0,1 пункта снижения по сравнению с 0,5 снимается по 0,8 балла
5. Коэффициент обеспеченности собственными средствами (U_3)	15	0,5 и выше – 15 баллов	Менее 0,1 – 0 баллов	За каждые 0,1 пункта снижения по сравнению с 0,5 снимается по 3 балла
6. Коэффициент финансовой устойчивости (U_4)	13,5	0,8 и выше – 13,5 балла	Менее 0,5 – 0 баллов	За каждые 0,1 пункта снижения по сравнению с 0,8 снимается по 2,5 балла

Сущность методики комплексной (балльной) оценки финансового состояния организации заключается в классификации организаций по уровню финансового риска, то есть любая организация может быть отнесена к определенному классу в зависимости от набранного количества баллов, исходя из фактических значений ее финансовых коэффициентов. Интегральная оценка финансового состояния организации представлена в таблице, приведенной выше.

1-й класс (100-97 баллов)- это организации с абсолютной финансовой устойчивостью и абсолютно платежеспособные.

2-й класс (96-67 баллов) – это организации нормального финансового состояния.

3-й класс (66-37 баллов) – это организации , финансовое состояние которых можно оценить как среднее.

4-й класс (36-11 баллов) – организации с неустойчивым финансовым состоянием [3, с. 74, 75]

ОАО «Михайловский завод химических реактивов» - одно из старейших предприятий химической промышленности России.

На сегодняшний день завод производит более 50 наименований продукции как химреактивов, так и товаров бытовой химии.

Для проведения анализа предприятия по критерию риска использовалась отчетность 2007- 2009 годов на основании «Бухгалтерского баланса» (форма №1) и « Отчета о прибылях и убытках» (форма №2).

По типу состояния ликвидности баланса предприятие попадает в зону критического риска, то есть на данном временном интервале предприятие испытывает сложности оплаты обязательств.

В соответствии с рассчитанными показателями ликвидности баланса с точки зрения оценки риска можно сказать, что практически ни один из рассчитанных показателей не укладывается в рекомендуемые значения. Общий показатель ликвидности L_1 имеет отрицательную динамику (от 0,4 в 2007 году до 0,27 в 2009 году). Готовность и мобильность компании по оплате краткосрочных обязательств отсутствует. ($L_2 = 0,01$). Показатель L_5 отрицательный в каждом периоде - это говорит о том, что у предприятия нет собственных оборотных средств, необходимых для финансовой устойчивости.

По результатам проведенного анализа можно сделать вывод, что финансовое положение ОАО «Михайловский завод химических реактивов» неудовлетворительное и предприятие находится в критическом состоянии.

Список использованных источников

- 1 Астахов, В. П. Анализ финансовой устойчивости и процедуры, связанные с банкротством. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 80 с.
- 2 Донцова, Л. В. Анализ финансовой отчетности: учебник / Л. В. Донцова, Н. А. Никифорова. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство «Дело и Сервис», 2007. – 336 с.
- 3 Ступаков, В. С., Токаренко, Г. С. Риск-менеджмент: учеб. Пособие. М.: Финансы и статистика, 2007. – 288 с.
- 4 Шеремет, А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 416 с.

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА МАЛОГО БИЗНЕСА

Масликова М.С. – студент, Мачин К.А. – к.э.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Предприятие - это обособленный хозяйствующий субъект, использующий материальные и информационные ресурсы для производства пользующейся спросом продукции, выполнения работ и оказания услуг. Но, прежде всего, малое предприятие - это основное звено рыночной системы хозяйствования. Именно оно определяет деловую активность национального хозяйства, именно здесь происходит создание продукции, непосредственная связь работника с капиталом. Малое предприятие самостоятельно осуществляет свою деятельность, распоряжается выпускаемой продукцией, полученной прибылью, остающейся в его распоряжении после уплаты налогов и других обязательных платежей. Таким образом, малое предприятие является самостоятельным товаропроизводителем. Здесь сосредоточены наиболее квалифицированные кадры, решаются вопросы экономного использования ресурсов, применения высокопроизводительной техники, технологии. При этом малые предприятия, создавая рабочие места, обеспечивают занятость населения, путем выплаты налогов участвуют в реализации социальных программ. Именно поэтому надо поддерживать малое предпринимательство, стимулировать его деятельность.

Предпринимательство и предпринимательская деятельность - это инициативная и самостоятельная деятельность граждан или их объединений, направленная на получение прибыли и личного дохода, осуществляемая на свой страх и риск и под свою имущественную ответственность в определенных пределах. Предприниматель может осуществлять любые виды хозяйственной деятельности, если они не запрещены законом, при этом государство обеспечивает ему правовые гарантии и поддержку.

Сдерживают развитие малого бизнеса ряд факторов.

Во-первых, это чисто технические проблемы, связанные с регистрацией предприятия, получением лицензий, открытием банковских счетов, сбором справок и другими административными барьерами.

Во-вторых, нормальное развитие малого бизнеса сдерживает слабая материально-техническая база: нехватка или недопустимость помещений, оборудования, современных технологий, квалифицированных кадров, правовой поддержки, достоверной информации, государственного участия в программах поддержки малого бизнеса.

В-третьих, серьезное влияние на малый бизнес оказывают финансовые проблемы, связанные с легализацией доходов и капитала, уклонением от уплаты налогов, ведением двойной бухгалтерии.

В-четвертых, это проблема получения кредитов для развития бизнеса и обслуживания оборота капитала.

Основную роль в финансовой поддержке предпринимательства призвана сыграть налоговая политика. Система налогообложения должна стимулировать повышение технического уровня предприятий, насыщение потребительского рынка, развитие производств, использующих вторичные ресурсы и тем самым способствующих оздоровлению окружающей среды. В регионах с избыточными трудовыми ресурсами целесообразно стимулировать налоговыми льготами развитие предпринимательства, поглощающего свободную рабочую силу.

Ведущую роль в развитии малого предпринимательства предстоит сыграть регионам. Ведь укрепление этого сектора будет способствовать не только росту доходов местного бюджета, но и улучшению социальных условий жизни населения и оздоровлению окружающей среды, не только природной. Финансовая поддержка частного, особенно малого предпринимательства должна стать задачей региональных фондов, учредителями которых наряду с местными органами власти могут выступать все заинтересованные предприятия и организации, расположенные в регионе и за его пределами. Фонды будут участвовать в разработке и реализации федеральных и региональных программ, направленных на поддержку предпринимательской деятельности, осуществлять финансовую, материально-техническую, организационно-методическую поддержку хозяйствующих субъектов, вступающих на монополизированные прежде рынки товаров и услуг, участвовать в привлечении отечественных и иностранных инвестиций и кредитов.

Становление и развитие малого бизнеса для России - жизненно важная задача.

Малый бизнес может стать той важной основой, с помощью которой будет осуществлен поворот к позитивным процессам в экономике, к созданию предпринимательской хозяйственной среды. Однако для того, чтобы малый бизнес смог выполнить все задачи, для решения которых он предназначен, для того, чтобы он мог в полном объеме реализовать заложенный в нем потенциал и использовать все свои преимущества, необходима его поддержка со стороны государства.

Очень важно, чтобы население убедилось в необходимости малого бизнеса, так как он может активно воздействовать на экономическую конъюнктуру, на обеспечение товарами народного потребления.

Главное условие для развития малого бизнеса - нормальное функционирование экономики.

Малое предпринимательство стало одним из существенных источников налоговых поступлений и насыщения региональных и местных рынков товарами и услугами на базе развития таких сфер, как производственная, агропромышленная, строительная, инновационная, медицинская. Сегодня свободный труд и свободный мелкий собственник быстрее вписываются в новые информационные и социальные технологии. Общество и экономика с крупномасштабными машинными и автоматизированными производствами, огромными производственными мощностями, сконцентрированными на больших площадях крупных предприятий, с десятками тысяч работников теряют социальную перспективу.

Малые предприятия способны быстро перестраиваться в связи с изменением конъюнктуры, диверсифицировать свою деятельность. Все это создает предпосылки, благоприятствующие развитию малого предпринимательства.

Весьма существенными препятствиями на пути становления и развития малых предприятий в России являются нехватка квалифицированных кадров, отсутствие надлежащей системы материально-технического снабжения, условий для внешнеэкономической деятельности. Надо помнить, что так называемая малая экономика - важный сектор полноценного рынка. Без малого бизнеса невозможно становление цивилизованной рыночной экономики.

Динамичное развитие малого бизнеса обусловлено рядом преимуществ, которыми он обладает. Именно наличие существенных достоинств обеспечивает малым фирмам, находящимся в условиях куда менее привилегированных, имеющих гораздо меньше средств для проведения жизненно важных стратегических исследований, возможность отвоевать свою долю на рынке:

– прежде всего, следует отметить гибкость и мобильность малого бизнеса, позволяющие ему оперативно реагировать на запросы рынка, быстро адаптироваться к изменяющимся условиям. Малое предпринимательство можно квалифицировать как особый творческий тип экономического поведения, для которого характерны предпринимательский дух и инициативная творческая деятельность, связанная в то же время с определенным риском для ограниченного числа заинтересованных людей. Созданию такой атмосферы в малой форме и возможности эффективного хозяйствования способствует соединение в одном лице собственника и управленца, характерное для многих малых предприятий.

– взаимозаменяемость работников. При известном разграничении функций между сотрудниками для малого коллектива характерны взаимопомощь и поддержка друг друга, а в случае необходимости дублирование.

– высокая скорость прохождения информации. Это обусловлено меньшим объемом информации на малых предприятиях и непосредственным общением руководителя и подчиненных.

– малые размеры фирмы обеспечивают ей хорошую управляемость при сравнительно низких управленческих расходах.

– для организации малого бизнеса, как правило, не требуется крупных вложений в основные средства. Это преимущество привлекает многих начинающих предпринимателей и положительно сказывается на себестоимости выпускаемой продукции.

Однако наряду с преимуществами малый бизнес имеет и недостатки:

4) предприниматель работает под страхом быть разоренным, т.е. велика степень риска. Многие зависят не столько от гения руководителя, сколько от воздействия окружающей среды.

5) другим слабым местом малого бизнеса является важность накопления капитала. Как правило, для расширения производства владельцы малого бизнеса могут выделить незначительную часть капитала.

6) есть ограничения и в получении кредита. У малого бизнеса нет достаточно средств для выплаты высокого процента.

7) у предприятия нет возможности покупать сырье со значительными оптовыми скидками, так как закупки ограничены масштабом производства. Им также не по средствам организовать собственную службу маркетинга и дилерскую сеть. По этой же причине малые предприятия не способны проводить научные исследования и перспективы начинания.

8) ограниченная номенклатура выпускаемой продукции делает малое предприятие уязвимым с точки зрения конъюнктуры рынка. Относительно скромные масштабы производства и ограниченные ресурсы ставят в невыгодное положение малые бизнес, делают его неспособным на равных конкурировать с крупным производством.

Таковы основные недостатки малого бизнеса. Задача руководителей малых фирм - ослабить их негативное влияние на результаты деятельности предприятия.

Список использованных источников:

1) Информация - основа бизнеса // Экономика и жизнь. – 2005. – №33

2) Геронин Н. Малый и средний бизнес учится / Н. Геронин // Деловой мир. – 2005. – №246

3) Анискин Ю.П. Организация управления в малом бизнесе / Ю.П. Анискин. – 2007.

ДИАГНОСТИКА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Мачин К.А. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

«Современная ситуация в мире, есть результат взаимодействия многих вещей. В связи с ростом сложности без вмешательства людей нельзя быть уверенными, что эти взаимодействия реализуют определенные цели. Однако осуществление целей предприятия, а также целей других субъектов хозяйствования являются важными факторами, которые приносят удовлетворение. Поэтому для увеличения шансов на благоприятный исход необходим некоторый контроль над событиями и над отношениями между событиями» [1; с.96]. Именно такое понимание контроля применительно к промышленному предприятию и его системе целей предполагает появление возможности управления своим развитием и придания ему статуса устойчивости. Область распространения контроля должна охватывать как внешнюю среду предприятия (макросистему), так и внутреннюю (микросистему).

Но остается проблематичным вопрос описания границ и объектов, которые должны быть подчинены контролю. Для этого уточним абстрактные понятия: внешняя среда и внутренняя среда предприятия, относительно субъекта – самого предприятия. Естественно, что данные категории должны составлять взаимодействующую диалектическую пару (дихотомию). Наиболее подходящими категориями, с герменевтической точки зрения, могут выступать понятия экстраверсия и интроверсия применительно к экономике промышленного предприятия. Термины экстраверсия и интроверсия впервые были предложены в такой области знаний, как психология, точнее в теории типов личности К. Юнга и Г. Айзенка в начале 50-х годов прошлого века. Предпочтение именно данным терминам следует отдать по причине их трансцендентно-полярного трактования, основу которого составляет социально-экономическая (гуманистическая) сущность активных движущих элементов производственно-хозяйственной системы предприятия. Раскроем экономический смысл данных категорий:

Экстраверсия предприятия (Extraversion) – это интегральный аналитический динамический образ предприятия, как открытой системы ориентированной на рыночную конъюнктуру и спрос, внешний потенциал, как фактор роста и развития и фокусирует приоритеты маркетинга товара на формирование спроса, в производстве реализуется как вытягивающий тип организации материального потока (предметы труда, готовая продукция), и концентрирует внимание лиц участвующих в процессе управления и планирования на внешних возможностях и угрозах производственно-хозяйственной деятельности.

Экстраверсия предприятия – формируется под влиянием факторов внешней среды, аппликации их влияния, степени воздействия и контроля над ними и группами давления и определяет возможности и угрозы предприятия.

К основным факторам экстраверсии следует отнести: экономические, политические, рыночные, технологические, конкурентные, социальные, международные, экологические.

В группы давления на предприятие необходимо включить: поставщиков экономических ресурсов, посредников, госструктуры, конкурентов, кредиторов, дебиторов, контактные аудитории, НИИ и т.д.

Анализ факторов показывает текущее положение предприятия на рынке и в отрасли, технологический потенциал, конкурентоспособность предприятия и товара, ожидания групп давления относительно предприятия и характеристик товара.

Группы давления, являясь активно действующей частью рынка, определяют его конъюнктуру, усиливая или ослабляя воздействие тех или иных факторов на производственно-коммерческую деятельность предприятия. Поэтому экстраверсия

предприятия представляет собой динамический образ взаимосвязей и взаимовлияния факторов и источников их порождающих – групп давления, в неотъемлемой каузальной дихотомии (причина – следствие).

Интроверсия предприятия (Introversion) – это интегральный аналитический динамический образ предприятия, сконцентрированный на внутренних социально-экономических и производственно-технических аспектах; ориентация предприятия на собственные ресурсы и собственный потенциал, как фактор роста и развития; фокусирует приоритеты маркетинга товара на стимулирование сбыта; в производстве реализуется как выталкивающий тип организации материального потока.

К основным факторам интроверсии следует отнести: экономические, социальные, технико-технологические и экологические.

Состояние факторов неотъемлемо связано с состоянием функциональных сфер предприятия. К основным функциональным сферам необходимо отнести: маркетинг и сбыт, производство, снабжение, финансы, персонал, инновации и инвестиции.

К основным составляющим управленческих процессов относятся: целеполагание – основной исходный управленческий процесс в хозяйственном механизме предприятия, который является направляющим для систем и сфер деятельности предприятия, определяет вектор развития отдельных структур и предприятия в целом, несет прогностический характер. Под целеполаганием необходимо понимать акт постановки целей основанный на текущем состоянии системы и объективных возможностях ее изменения. Также в число управленческих процессов входят: планирование, организация, учет, анализ, регулирование, мотивация и контроль.

Группы давления в интроверсии должны включать: собственников, совет директоров, собрание акционеров, административно-управленческий персонал, персонал функциональных сфер, рабочих и служащих (различные категории персонала), профсоюзы и прочие объединения.

В итоге всего анализа внутренних составляющих хозяйственной деятельности определяются потенциал и резервы предприятия, эффективность управления и функциональных сфер, конкурентоспособность предприятия и товара, что соотносится с организационной структурой предприятия, как механизмом воспроизводства данных показателей и оценивается возможность изменения структуры, после чего мы ясно можем определить сильные и слабые стороны предприятия.

Управление ориентированное только на интроверсию предприятия исходит из положений производственного подхода, в производстве и сбыте это выражается в применении выталкивающей системы, когда объемы и номенклатура производства обусловлены производственными мощностями и ресурсами предприятия, а перед сбытовым отделом стоит задача продать товар.

Таким образом, идентифицировав понятия внешняя и внутренняя среда и детерминировав их с помощью индикаторов, можно приступать к количественной оценке устойчивости предприятия, соотнеся общие коэффициенты контроля с финансовым результатом деятельности предприятия. Основной моделью такого соотнесения может выступать множественный корреляционно-регрессионный (стохастический) анализ. Уравнение регрессии в таком случае будет иметь следующий вид:

$$y_i = \beta_0 + \beta_1 x_{1,i} + \beta_2 x_{2,i} \quad (1)$$

где y_i - результирующий признак – прибыль; x_1 – первый факторный признак – общий коэффициент интроверсии; x_2 – второй факторный признак – общий коэффициент экстраверсии.

Практические расчеты для ЗАО «Алтайталь» - предприятия лидера в подотрасли производства подъемно-транспортного оборудования выявили следующее уравнение:

$$Y(x_1, x_2) = -143492,8 + 79840,912x_1 + 123262,84x_2 \quad (2)$$

Оценка значимости уравнения по критерию Фишера на уровне значимости 0,05 при 2 и 3 степенях свободы показала, что $F=20,3 > F(2;3;0,05)=9,55$ (табличного значения F -критерия

Фишера); т.е. уравнение регрессии необходимо считать значимым и гипотезу H_0 об одновременном равенстве нулю всех коэффициентов регрессии необходимо отвергнуть.

Исследования показали, что 93,1% вариации прибыли обусловлено регрессией или изменчивостью показателей экстра- и интроверсии, что следует из значения коэффициента детерминации ($R=0,9311$), даже после нормирования величина прибыли объясняется вариацией коэффициентов контроля на 88,5%.

Относительное количественное влияние факторного признака на результативный по оценке с помощью коэффициента эластичности показывает, что изменение (среднего) интроверсионного коэффициента контроля на 1% приводит к изменению прибыли на 3,34%, а изменение (среднего) экстраверсионного коэффициента контроля на 1% приводит к изменению прибыли на 5,17%.

Для оценки и диагностики областей устойчивости предприятия следует оценить с помощью уравнения двухфакторной регрессионной модели средние значения коэффициентов контроля, при которых предприятие имеет нулевую прибыль, т.е. оценить кромку безопасности или точку безубыточности в категориях интро- и экстраконтроля.

Приравняв нулю уравнение регрессии двухфакторной модели найдем проекцию плоскости уровня ($Y=0$), которая будет представлена линией первого порядка в координатах X_1, X_2 (рисунок 3):

$$X_1 = 1,7972 - 1,5439X_2. (3)$$

Область линий уровня расположенных выше представленной на рисунке 3 кромки безопасности является областью прибыльного развития предприятия (заштрихована). Так же, следует отметить предельные значения точек пересечения границ и линии кромки безопасности $(0,51635;1)$; $(1;0,2533)$, при этом максимальное парное значение коэффициентов контроля, при котором предприятие все еще будет иметь нулевую прибыль, являясь значения средних: коэффициента интроверсии 0,62665; коэффициента экстраверсии 0,75818.

Обобщая данные, выявленные выше следует дать оценку областей устойчивости предприятия по общим показателям экстраверсии и интроверсии:

1. При $K_{эк} < 0,75818$; $K_{инк} < 0,62665$ – предприятие экономически неустойчиво;
2. При $0,758 < K_{эк} < 0,86$; $0,627 < K_{инк} < 0,8$ – предприятие экономически устойчиво, но развитие носит неустойчивый (флуктуационный) характер;
3. При $0,93 > K_{эк} > 0,86$; $0,96 > K_{инк} > 0,8$ ($K_{инк} > K_{эк}$) – предприятие устойчиво развивается;
4. При $K_{эк} > 0,93$; $K_{инк} > 0,96$ – предприятие перешло предел устойчивого развития и если оно не перейдет на новый уровень рентабельности (за счет нового качественного интенсивного использования всех ресурсов), то ему грозят ограничения институционального характера (антимонопольные), либо дальнейшие инвестиции в развитие производства перестанут окупаться из-за активного действия сил конкуренции, т.е. дальнейшее расширение будет приносить меньшую предельную прибыль.

Данные значения будут индивидуальными для каждого предприятия в зависимости от отрасли, масштаба производства, рентабельности, организации интроверсии и стратегий взаимодействия в экстраверсии, но методико-методологические основы диагностики устойчивого развития, приведенные в данной работе применимы к любому предприятию. Данная методика трактует также новые аспекты стратегического осмысления перспектив хозяйственной деятельности предприятия и внутренней конфигурации менеджмента, а значит, может быть рекомендована к использованию в практике внутрифирменного аналитического планирования.

Список использованных источников:

1. Саати, Т. Аналитическое планирование. Организация систем / Т. Саати, К. Кернс: Пер. с англ. – М.: Радио и связь, 1991. – 224 с. ил:

2. Мачин, К. Интерактивно-адаптационное регулирование развития предприятия / К. Мачин. – Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2008. –162 с.

ВЛИЯНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ КАДРОВ, СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА НА КАЧЕСТВО ВЫПУСКАЕМОЙ ПРОДУКЦИИ

Меликишвили А. Г. – студент, Аргудяев И. Г. - к.т.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Производство каждой страны и каждой отрасли зависит от ряда факторов. Одним из решающих факторов являются кадры.

Кадры - наиболее ценная и важная часть производительных сил общества. В целом эффективность производства зависит от квалификации рабочих, их расстановки и использования, что влияет на объем и темпы прироста вырабатываемой продукции, использование материально-технических средств. То или иное использование кадров прямым образом связано с изменением показателя производительности труда. Рост этого показателя является важнейшим условием развития производительных сил предприятия, страны а так же главным источником роста национального дохода.

Предприятие пекарня «Иверия» расположено по адресу Благовещенский район, р. п. Благовещенка и производит хлеб, хлебобулочные изделия с целью удовлетворения потребностей населения района в данной продукции. Данное предприятие малого бизнеса динамично развивается, растут объемы производства и сбыта продукции, однако наблюдаются некоторые недостатки в эффективности работы предприятия.

Результаты изучения влияния квалификации работников и системы оплаты труда на производительность труда на предприятии пекарня «Иверия» представлены в виде следующих тезисов:

За все время деятельности предприятия наблюдается большой процент брака продукции. По результатам анализа результатов наблюдений за процессом работы сделан вывод о том, что причинами брака являются:

1. Недостаточная квалификация работников предприятия.
2. Их незаинтересованность в качестве выпускаемой продукции.
3. Недостаток численности работников в каждой смене.

На рынке труда Благовещенского района не хватает квалифицированных специалистов, а именно технологов хлебопекарного производства и пекарей. Это обусловлено нежеланием молодых специалистов возвращаться на работу в район после получения высшего образования в городе, а так же нехватка специалистов со специальным образованием в данной сфере.

Труд оплачивается на предприятии по средствам повременной системы оплаты труда, в зависимости от отработанного количества времени работником.

Таким образом, на предприятии наблюдается нехватка квалифицированных технологов и пекарей, а так же нехватка численности работников, высокая текучесть кадров. Работники не заинтересованы в качестве, после каждой смены наблюдается брак продукции, работников увольняет, набирают новых, но ничего не меняется. Это огромная проблема для руководства предприятия.

По моему мнению, необходимо:

8) Отслеживать учеников средней школы, проводить собеседования и, по общим результатам экзаменов и собеседования отбирать на конкурсной основе будущих специалистов. Производить оплату их обучения на договорной основе, как в высших учебных заведениях, так и в профессиональных училищах.

9) Внести изменения в систему оплаты труда, предусматривающие как вычеты из заработной платы за брак производства, так и премии за оперативную работу и высокое качество продукции.

10) Вести переподготовку кадров с целью внедрения новых, более экономичных технологий производства, повышения квалификации работников.

Данные мероприятия позволят увеличить эффективность производства, качество продукции, улучшат эмоциональную обстановку внутри рабочего коллектива, а так же снизят текучесть кадров предприятия.

АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТОРГОВОЙ ОТРАСЛИ

Михалин А.А. – магистрант, Аунапу Э.Ф. – д.э.н., профессор
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Представляемая работа является частью комплексного исследования особенностей антикризисного управления на предприятиях отрасли торговли.

Цель данной работы - теоретическое обоснование и разработка практических методических рекомендаций по управлению предприятием отрасли торговли находящимся в предкризисном или кризисном состоянии.

В настоящее время антикризисное управление (антикризисный менеджмент) стало одним из самых "популярных" терминов для экономики России. В некоторых случаях под ним подразумевают управление фирмой в условиях общего кризиса экономики, в других - управление фирмой, в преддверии банкротства, или же связывают понятие антикризисное управление с деятельностью антикризисных управляющих в рамках судебных процедур банкротства. Существует ошибочная точка зрения, что антикризисные меры следует принимать, когда финансовое положение функционирующего на рынке предприятия становится сложным, а перспектива банкротства - реальной. В данном случае полностью игнорируется диагностика угрозы банкротства на ранних стадиях ее возникновения, и акцентируется внимание только на мероприятиях по выходу из кризиса. Другие же, считают подобный подход неприемлемым.

Главное в антикризисном управлении - обеспечение условий, когда финансовые затруднения не могут иметь постоянный стабильный характер. Речь о банкротстве при таком подходе быть не должно, поскольку должен быть налажен управленческий механизм устранения возникающих проблем до того, пока они не приняли необратимый характер».

Но некоторые авторы, напротив, обращают внимание только на меры по диагностике кризиса и на механизмах банкротства, абсолютно забывая про методы антикризисного управления.

Наиболее верным является системный подход к антикризисному управлению, когда антикризисное управление рассматривается как комплекс мероприятий (от предварительной диагностики кризиса до методов по его устранению и преодолению).

Антикризисное управление — это совокупность методов, приемов, позволяющих распознавать кризисы, осуществлять их профилактику, преодолевать их негативные последствия, сглаживать течение кризиса.

Технология антикризисного управления включает в себя ряд последовательных шагов по реализации механизма воздействия на систему с целью предупреждения, смягчения и преодоления кризисов разных типов. Менеджеру по антикризисному управлению важно иметь системное видение, уметь целиком охватить взглядом ряд взаимосвязанных проблем, которые, к примеру, могут привести организацию к банкротству, или резко ухудшить социальное положение людей. На уровне менеджмента организации антикризисное управление состоит из следующих пунктов:

- разработка стратегий, позволяющих достигать конкурентных преимуществ на рынке с учетом рисков;
- формирование антикризисной команды менеджеров и реализация программы по выходу из кризиса;
- проведение мероприятий, направленных на привлечение финансовых ресурсов в организацию и реструктуризация кредиторской задолженности;

- своевременное решение конфликтов и выбор оптимальной кадровой политики, проведение реорганизации на сложном этапе банкротства.

Характеризуя антикризисное управление, следует выделить черты, отличающие его от управления в обычных, стабильных условиях деятельности хозяйствующего субъекта. Как вытекает из анализа зарубежного опыта, эти отличия касаются специфики управленческой деятельности в условиях существенных изменений среды деятельности предприятий, непредсказуемости ситуации и возникновения новых управленческих проблем. В условиях кризиса приходится нередко на ходу менять организационную структуру управления в соответствии с изменениями внешней среды. Отличия же заключаются в цели антикризисного управления.

Целью антикризисного управления является разработка и реализация мер, направленных на предотвращение возникновения негативных явлений, приводящих к кризисному состоянию предприятия, обеспечение его финансовой устойчивости и прочного положения на рынке при любых метаморфозах в стране. При этом следует подчеркнуть, что на различных этапах развития кризиса, кризисных тенденций и с учетом их последствий для деятельности предприятия цели антикризисного управления могут корректироваться.

Инструменты антикризисного управления приводятся в действие в условиях серьезных изменений во внешней среде (в налоговой системе, развитие инфляции, снижение спроса и др.), приводящих предприятие к финансовому банкротству, к кризису. По мнению И. Ансоффа, «когда изменение во внешней среде угрожает существованию фирмы, и она находится в жестком цейтноте, это значит, фирма попала в кризисные условия».

Причем банкротство встречается довольно часто и затрагивает как само обанкротившееся предприятие, так и его партнеров - поставщиков и кредиторов. В соответствии с Законом РФ «О несостоятельности (банкротстве) предприятий» под банкротством предприятия или любого другого хозяйствующего субъекта понимается неспособность его удовлетворить требования кредиторов по оплате товаров (работ, услуг), включая невозможность обеспечить обязательные платежи в бюджет и внебюджетные фонды, в связи с превышением обязательств должника над его имуществом. Банкротство предприятий встречается наиболее часто именно в условиях нестабильной экономики, замедления платежного оборота, обострения конкуренции, недостаточной квалификации менеджеров и затрагивает как само обанкротившееся предприятие, так и его партнеров - поставщиков и кредиторов. На самом деле внешним признаком банкротства предприятия или организации является приостановление его текущих платежей, если хозяйствующий субъект не в состоянии обеспечить выполнение требования кредиторов в течение трех месяцев со дня наступления сроков их исполнения.

В антикризисном управлении на первый план нередко выходят непредсказуемость в действиях, отсутствуют четкое распределение функций между участниками на длительный период, поступает недостоверная или недостаточная информация.

Эффективность антикризисного управления обуславливается способностью фирмы конструктивно реагировать на изменения, угрожающие ее нормальному функционированию.

Отличительной особенностью антикризисного управления является сочетание стратегического и тактического направлений, оперативная реакция на происходящие изменения во внешней среде, разработка и использование альтернативных вариантов, учитывающих возможные трансформации в экономической, политической, социальной и других сферах. Такой подход позволяет на всех стадиях развития кризисного состояния предприятия, фирмы, корпорации выявлять и регулировать взаимосвязь между риском и прибылью предприятия.

Для антикризисного управления характерны нестандартные, экстремальные условия функционирования предприятия, требующие срочных вынужденных мер, непредсказуемость ситуации, существенные изменения среды деятельности хозяйствующих субъектов, возникновение новых управленческих проблем, требующих принятия срочных решений. Ключевым моментом здесь является наступление или приближение банкротства, то есть

неплатежеспособности предприятия, фирмы, компании. Именно эта ситуация и становится объектом антикризисного управления. Таким образом, антикризисная политика является частью общей финансово-хозяйственной политики предприятия и заключается в разработке системы методов диагностики платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия, в реализации механизма его оздоровления.

Предлагаемые рекомендации в большей степени касаются выработки мер по предотвращению кризиса, механизма банкротства, а не лечения самого кризиса.

ПРОБЛЕМА ТЕКУЧЕСТИ КАДРОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Облосова А.В., Наумова О. В – студенты, Аргудяев И.Г. – к.э.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Для того чтобы понять, как создать благоприятную мотивацию для работы, остановимся более подробно на причинах появления данного явления, на управляемости им, на некоторых плюсах, позволяющих использовать текучесть на благо предприятия.

1. Смена руководства.

Внутренними причинами ухода сотрудников из организации может быть смена руководства: глобальная – смена директорского состава и линейная – увольнение, переход на другую работу непосредственного руководителя. И то, и другое изменение способно существенно повлиять на ход работы сотрудников. «Новая метла метет по-новому», и в случае прихода нового директора обычно нервное состояние возникает у руководителей среднего звена. Как показывает практика, обслуживающий персонал предпочитает затаиться и осмотреться. Но приход, например, начальника отдела (службы) создает серьезные предпосылки для ухода сотрудников. Опасность для руководителя заключается в том, что с приходом нового сотрудника на руководящую должность есть риск потерять ряд старых и надежных работников. С другой стороны, вливание «новой крови» зачастую приносит серьезные положительные изменения.

2. Изменения условий труда.

Под этим подразумеваются такие факторы, как: понижение оклада, изменение графика работы, сокращение (упразднение) льгот и дотаций (пример: материальная помощь к отпуску, дотации на питание, льготные путевки и т.п.), сокращение штата, следствием чего является возрастание объемов работы. (В качестве маленького дополнения хотелось бы отметить, что упомянутые выше изменения приобретают крайне опасный смысл при появлении слова «существенные», поскольку мы знаем, что существенные изменения условий труда без уведомления, согласия работников являются нарушением норм ТК и могут явиться основанием для обращения в суд.)

3. Есть еще несколько причин, которые я объединила под термином «разное». К ним относятся: пренебрежительное отношение к коллективу, нарушение норм трудового права в части соблюдения прав работников, неблагоприятный климат, не информированность и неуверенность в завтрашнем дне, ожидание перемен (аттестации, сокращения по возрасту или состоянию здоровья, увольнения). Ситуации, когда работа надоела/неинтересная/нет роста/нет перспектив/монотонная.

4. Следует внимательно проанализировать, какие сотрудники уходят, совпадает ли тенденция изменения качества персонала со стратегическими установками, определенными руководством. Без этой оценки невозможно понять, является ли существующий уровень сменяемости положительным или отрицательным явлением. Если уходят именно те кадры, от которых необходимо избавиться, значит, организация находится на верном пути. Если же она теряет лучших бойцов, то вопрос текучести необходимо вынести на повестку дня. Не обнадеживает и ситуация, когда сменяемость и ротация (большая или маленькая) не способствуют улучшению качества работы. Важной характеристикой привлекательности предприятия и признанием высокого уровня развития служит уровень конкурса на получение на нем работы. Полезно также следить за карьерой ушедших сотрудников и

интересоваться у специалистов их котировкой на рынке труда. Насторожить должен и низкий спрос на своих работников. Это может быть симптомом отставания или наличия негативных процессов, происходящих в отрасли.

5. Результат зависит от интуиции и трезвой оценки перспектив. Крайне важно, чтобы руководитель:

1) имел полное представление о настроениях в коллективе (для этого необходимо иметь в штате грамотного специалиста по управлению персоналом),

2) по возможности создавал условия для нормальной работы коллектива (вопрос деловой этики, который был освещен в одной из предыдущих статей),

3) выполнял то, что обещает, и не обещал «золотых гор». Создаваемая положительная мотивация существенно влияет на коэффициент текучести кадров.

Если вы энергичны, умеете устанавливать контакты, использовать связи, сколачивать коллектив и грамотно руководить рабочим процессом и людьми, этого вполне достаточно, чтобы ваше имя было прославлено вашими сотрудниками. И успех заключен в мотивации к труду.

6. Зачем человеку нужна работа? Вопрос, казалось бы, праздный. Мнения по этому поводу различные, однако, набор их достаточно ограничен. Ради денег, чтобы иметь возможность содержать себя и свою семью. Для того чтобы структурировать время, повышать профессиональный уровень, заниматься творчеством. Чтобы находиться среди людей, заниматься проблемами, выходящими за рамки частной жизни. Вот, пожалуй, и весь традиционный набор целей и мотивов, которые, впрочем, спокойно могут сосуществовать в одном и том же человеке. У нормальных личностей все так и обстоит. Конечно, идеальной работы не существует, но критерии, по которым можно оценить то или иное рабочее место, все-таки есть, поскольку у каждого индивидуума имеется иерархия потребностей, и их нужно удовлетворять. Вопрос также заключен в следующем: считает ли руководство свою гостиницу лишь механизмом для зарабатывания денег или живым организмом, состоящим из отдельных личностей со своими характерами и жизненными установками. Вопрос риторический, но четкий ответ на него и конкретные действия могут существенно повлиять на уровень текучести персонала в вашем предприятии.

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ В СФЕРЕ ЭЛЕКТРОГЕНЕРАЦИИ

Огневенко Г. С. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

В настоящее время основой как российской, так и мировой электрогенерации являются тепловые электростанции (ТЭС) на различных видах органического топлива (уголь, газ, мазут и прочих), атомные электростанции (АЭС) и гидравлические электростанции (ГЭС).

Опыт последних десятилетий показывает, что принципиальных успехов в использовании таких источников энергии, как энергия Солнца, морских волн и ветра не наблюдается. Производство электроэнергии на геотермальных, приливных, солнечных и ветроэлектростанциях (ВЭС) в настоящее время, как в России, так и во всём остальном мире всё ещё незначительно.

Даже наиболее пригодные для скорейшего внедрения в практику воздушные турбины физически неспособны обеспечивать сколько-нибудь значительную часть потребности в электроэнергии. На примере Великобритании можно показать необходимые для этого затраты. Так, пригодная для жизни площадь составляет около 288000 км². Всего в стране насчитывается примерно 20 миллионов жилых домов. Известно, что для энергетического обеспечения двухсот домов необходима мощность, равная 750 кВт. Затраты энергии на иные хозяйственные нужды в 3 раза выше, чем на жилые дома. Для расчёта были использованы следующие исходные данные: ветротурбины должны располагаться обособленно, на расстоянии в 10 раз большем их высоты; предполагается установить рядами множество

воздушных турбин высотой 40 метров и мощностью 500 кВт; скорость ветра принимается равной 8 м/с. Несложные вычисления показывают, что необходимая для энергоснабжения жилищ мощность составляет $7,5 \cdot 10^7$ кВт. С учётом других хозяйственных потребностей эта величина достигает $3,0 \cdot 10^8$ кВт. Для этого потребуется $6,0 \cdot 10^5$ турбин. С учётом площади, занимаемой одной турбиной, все турбины займут площадь $1,0 \cdot 10^5$ км², или 35 % территории Великобритании [3, с. 19].

На перспективу до 2050 года можно прогнозировать, что основными производителями электроэнергии в России останутся тепловые станции на органическом топливе (природном газе и угле), атомные станции (в условиях усиления дефицита органического топлива) и гидравлические станции (использующие практически неисчерпаемую энергию) под контролем недавно образованных оптовых генерирующих компаний (ОГК), территориальных генерирующих компаний (ТГК), Росэнергоатома и РусГидро.

В силу своей относительно низкой капиталоемкости и коротких сроков окупаемости основой независимой, конкурентной электрогенерации в России неизбежно станут газотурбинные станции комбинированного цикла, что будет способствовать, по меньшей мере, сохранению доминирующей доли природного газа в топливном балансе электростанций страны.

С точки зрения развития конкуренции в сфере электрогенерации России увеличение использования природного газа является положительным фактом. Это общемировая тенденция. Одной из объективных причин дерегулирования электроэнергетики в ведущих странах мира явился научно-технический прогресс, позволивший выровнять в 1990-х годах затраты на выработку 1 кВт-ч электроэнергии для паротурбинных станций на угле и газотурбинных станций на природном газе на уровне 3–3,5 центов США и, как следствие, давший толчок развитию независимых производителей электроэнергии. В 1990-х годах оптимальные ТЭС на угле имели установленную мощность от 600 до 800 МВт, в то время как ТЭС на природном газе – от 40 до 150 МВт, экономически было оправдано даже строительство ТЭС на природном газе установленной мощностью от 3 до 10 МВт [7, с. 7].

На эту причину указывают также Хант (*Hunt*) и Шаттлуорт (*Shuttlworth*). Они отмечают, что новые технологии позволили значительно повысить эффективность новых генерирующих установок. Одновременно с этим цена на природный газ снизилась, и были отменены запреты на его сжигание, существовавшие в США и Западной Европе в 1980-х годах. Таким образом, были созданы благоприятные условия для развития небольших и дешёвых электростанций, строительство которых теперь стало экономичным. Они стали наиболее дешёвой формой новой электрогенерации [2, с. 4, 5]. Прогнозируется, что эти тенденции будут сохраняться до 2020 года (так в США планируется рост производства электроэнергии ТЭС на природном газе с 491 млрд. кВт-ч в 2004 году до 776 млрд. кВт-ч в 2020 году [5, с. 151]) несмотря на рост мировых цен на природный газ.

В условиях роста мировых цен на органические энергоносители опережающее развитие атомной генерации – одно из стратегически важных направлений. Это подтверждают прогнозы специалистов Массачусетского технологического института (*Massachusetts Institute of Technology*) более чем двукратного увеличения доли АЭС в производстве электроэнергии в мире к 2050 году [6, с. 112–115]. Этот тип станций всё больше привлекает внимание в мире возможностью размещения независимо от места добычи и производства ядерного топлива, относительной экономичностью, особенно на фоне роста мировых цен на традиционные энергоносители.

ГЭС привлекают своей экономичностью, манёвренностью, неисчерпаемостью ресурсов и относительной экологичностью, но, к сожалению, существенный недостаток этого типа станций – сильная зависимость от изменчивых природно-климатических условий влияющих на величину годового речного стока.

Перспективное направление, влияющее на развитие конкуренции в области электрогенерации в России, – строительство малых ГЭС установленной мощностью до 30

МВт, которые по своим технико-экономическим характеристикам могут составить реальную конкуренцию газотурбинным станциям комбинированного цикла.

Повысившийся в последние годы интерес к получению электроэнергии на гидроэлектростанциях малой мощности (МГЭС) объясняется не только необходимостью экономии органического топлива, но и определёнными трудностями, встречающимися в обеспечении этим топливом электростанций в удалённых, изолированных в энергетическом отношении районах. Особое значение использование малых ГЭС приобретает для таких районов, как Камчатская и Магаданская области, Якутия, Республика Алтай, высокогорные районы Кавказа, где энергетика базируется на многочисленных дизельных электростанциях, использующих дефицитное дальнепривозное жидкое топливо.

К категории малых ГЭС в СССР относили гидроэлектростанции установленной мощностью до 30 МВт с предельной мощностью одного гидроагрегата до 10 МВт. В послевоенные годы строительство малых ГЭС в СССР осуществлялось достаточно высокими темпами, в результате чего был накоплен опыт сооружения таких станций, создано совершенное для того времени гидросиловое оборудование. До 1960-х годов в СССР эксплуатировалось 6000 МГЭС, но в начале 1960-х годов хозяйственный интерес к малым ГЭС был утрачен, проектирование, строительство и изготовление оборудования для них были прекращены [4, с. 231].

Строительство МГЭС следует рассматривать как второй пути развития конкуренции в электрогенерации России.

МГЭС могут создаваться в короткие сроки с использованием унифицированных гидроагрегатов и строительных конструкций с высоким уровнем автоматизации систем управления [1, с. 125].

Строительство МГЭС до 30 МВт установленной мощности будет обходиться инвестору в 30–40 млн. долларов США, что вполне сопоставимо с затратами на строительство газотурбинной станции аналогичной мощности.

Работы в области альтернативной энергетики расширяются, но пока даже в перспективе нет проектов электрогенерации использующей энергию ветра, Солнца и других неисчерпаемых источников, которые по своим технико-экономическим показателям смогли бы конкурировать с традиционными видами электростанций. Как подтверждает мировая практика альтернативные виды электрогенерации будут использоваться для электроснабжения отдельных, небольших территорий с труднодоступными условиями местности (горные районы, острова, районы удалённые от крупных промышленных центров), то есть там где их применение экономически оправдано.

Список использованных источников:

1 Быстрицкий, Г. Ф. Основы энергетики [Текст] : учебник / Г. Ф. Быстрицкий. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 278 с.

2 Хант, С. Конкуренция и выбор в электроэнергетике [Электронный ресурс] / С. Хант, Г. Шаттлуорт ; пер. с англ. – [Россия] : [б. и.], 1996. – с. 256. – Режим доступа: http://www.libertarium.ru/files/lib_energy_con/russbook.pdf

3 Чекмарев, А. М. Химия, ядерная энергетика и устойчивое развитие / А. М. Чекмарев, Н. П. Тарасова, Ю. В. Сметанников ; под ред. П. Д. Саркисова. – М. : ИКЦ "Академкнига", 2006. – 288 с.

4 Энергетика СССР в 1986–1990 годах [Текст] / М. С. Воробьёв, Ю. К. Воскресенский, Ю. А. Гончаров [и др.] ; под ред. А. А. Троицкого. – М. : Энергоатомиздат, 1987. – 352 с. : ил.

5 Annual Energy Outlook 2007 with Projections to 2030 [Electronic resource] / Energy Information Administration ; Office of Integrated Analysis and Forecasting ; U.S. Department of Energy. – Washington, DC : EIA, 2007. – 234 p. – Mode of access: www.eia.doe.gov/oiaf/aeo.

6 The Future of Nuclear Power [Electronic resource] : An Interdisciplinary Massachusetts Institute of Technology Study / Massachusetts Institute of Technology. – Massachusetts : MIT, 2003. – 170 p. – ISBN 0-615-12420-8. – Mode of access: <http://web.mit.edu>.

7 VanDoren, P. M. The Deregulation of the Electricity Industry [Electronic resource] / P. M. VanDoren ; Cato Institute. – Washington, DC : Cato Briefing Papers, 1998. – 63 p. – 320. – Mode of access: <http://www.cato.org/pubs/pas/pa-320.pdf>

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ РАЗВИТИЯ ПАЕВЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ФОНДОВ

Пацар В.В., Халев В.В. – студенты, Макеева Н.Г. – доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Количество ПИФов, равно как и управляющих компаний увеличивается с каждым годом. По данным НЛУ (Национальная Лига Управляющих) на конец 2010 года насчитывалось 1210 работающих фондов, в то время, как в начале 2006-го года их было всего 390.

Увеличивается и доля чистых активов фондов- за 5 лет (2006-2010) она возросла практически в 2 раза (с 288,7 млрд.руб до 416,7 млрд.руб).

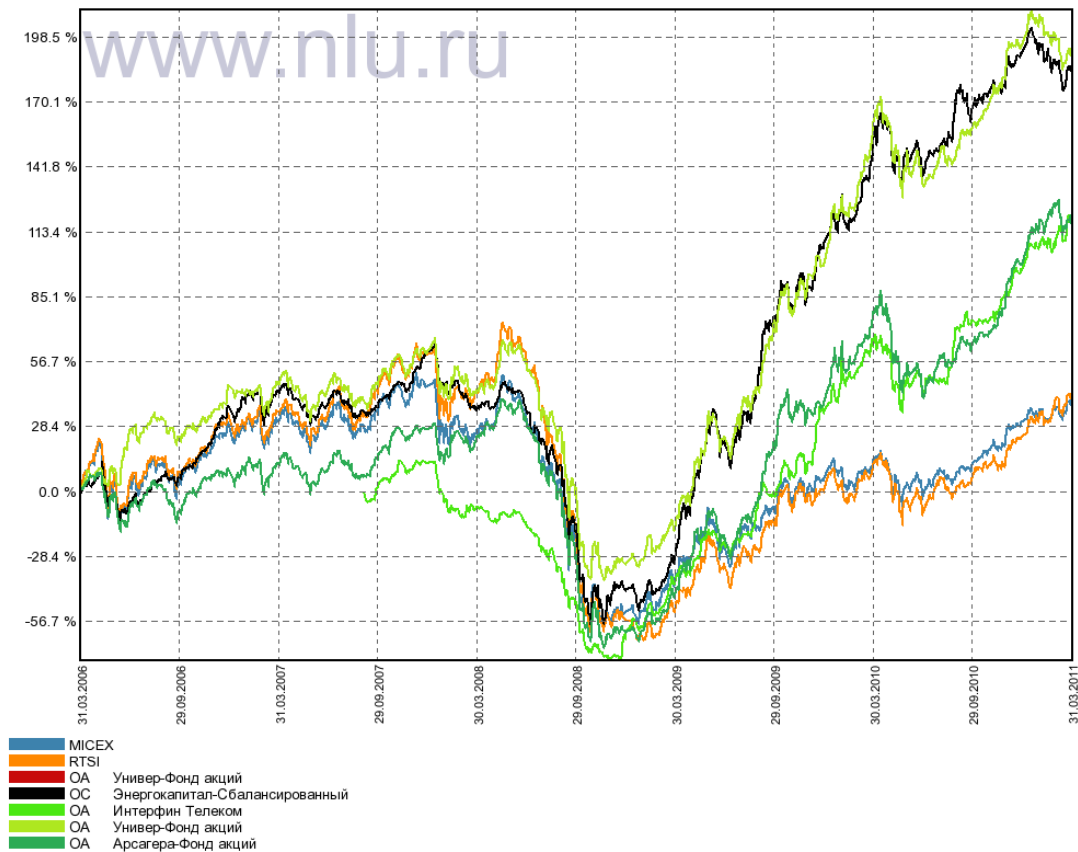
Колоссальный рост количества фондов и притекающих в них денег создает видимость бурного роста рынка и усложняет задачу поиска эффективно управляемых фондов.

Цель данного исследования - анализ деятельности ПИФов в период с 2006 по 2010 годы, выявление эффективно управляемых и потенциально привлекательных для инвестирования фондов акций. Под эффективностью управления подразумевается способность управляющей компании показывать стабильную доходность (прирост стоимости пая), превосходящую доходность соответствующей стратегии управления фондом бенчмарка (эталонного портфеля).

В рассмотрение не попали фонды недвижимости, земельные и ипотечные фонды, которые по законодательству могут формироваться только как закрытые. Закрытые фонды акций в российских условиях также являются довольно специфичным инструментом. По причине закрытости фонда, приобрести паи возможно только непосредственно у владельца (круг которых весьма узок), на внебиржевом рынке либо на бирже в случае включения паев в котировальные списки ММВБ или РТС. Как правило, даже в случае обращения на бирже такие паи крайне неликвидны.

Итак, рассмотрим 5 открытых и интервальных фондов, показавших наилучшие результаты деятельности в период с 2006 по 2010 год.

Рэнкинг паевых инвестиционных фондов по доходности за год с 31.03.2006 по 31.03.2011



Как видно из графика, падение индекса ММВБ почти в три раза в период с июня по октябрь 2008 года сопровождалось значительным выводом средств пайщиков из паевых фондов. В ноябре 2008-го – январе 2009 года значения индекса оставались крайне низкими. Однако резкое падение приостановилось. Хотя баланс продаж оставался отрицательным, отток средств пайщиков постепенно уменьшался и уже в феврале сменился притоком в 2,79 млрд руб. В это же время начинает расти цена нефти, а вместе с ней приостанавливается и рост курса доллара. Стоимость чистых активов всех открытых и интервальных ПИФов на конец мая 2009 года составила около 83,5 млрд руб. (в конце августа 2008 года примерно 158 млрд). Таким образом, за год активы рыночных фондов уменьшились почти в два раза, и это с учетом роста последних четырех месяцев.

С марта 2009-го года виден стремительный рост стоимости активов фондов за счет большого количества вливаний денежных средств в проблемные области экономики со стороны государства. Рефинансирование в свою очередь так же оказало значительное влияние на оживление ПИФов.

В финансовой науке до сих пор не прекращаются споры о том, что же оказывается в конечном счете более выигрышным: пассивное инвестирование, где справедливый рынок все расставляет на свои места, или активные действия гениев-управляющих, способных перехитрить рынок и диверсифицировать активы фондов таким образом, чтобы обеспечить более высокую доходность при одинаковом с индексом уровне риска. Но за последние 3 года 73% активно управляемых фондов, инвестирующих в экономику Великобритании проиграли индексу FTSE All Share, за последние 10 лет бенчмарк S&P500 превзошел 84% таких фондов, а за последние 20 лет – 88%. И теоретически при временном векторе, стремящемся в бесконечность, число проигрывающих индексу активных фондов акций стремится к 100%.

Безусловно российский рынок ПИФов имеет и не столь солидную историю, как упомянутые развитые рынки, но все же анализ данных за последние 5 лет демонстрирует ту же самую закономерность: индексные ПИФы опережают по своей динамике активно

управляемые фонды акций, а отраслевые фонды проигрывают своим бенчмаркам – отраслевым индексам.

Этому явлению находят различное объяснение:

1. *Издержки.* Средние издержки активного управления взаимными фондами в США составляют около 3%, индексными фондами – 1%. Эта разница и дает преимущество индексным фондам в долгосрочном периоде.

2. *Менеджеры управляющих компаний и еще раз издержки.* Управляющие компании и портфельные менеджеры постоянно запускают новые фонды. Преуспевающие в какой-то определенный момент времени активные ПИФы в следующий временной период начинают жестко поддерживаться рекламой. Примером могут служить УК «Максвелл Капитал», «КИТ», активно рекламирующие свои фонды. С другой стороны, менеджеры увеличивают себе вознаграждения за хорошую работу, что еще больше повышает издержки, хотя качество управления не улучшается пропорционально возрастаемому вознаграждению.

3. *Популярность индексов.* Известно, что при включении какой-либо компании в индекс, ее стоимость возрастает (по крайней мере временно) на 5% в среднем только потому, что она теперь входит в индекс. Для России это еще более справедливо. Ведь далеко не секрет, что российский фондовый рынок растет и падает благодаря значительным вливаниям или изъятиям иностранного капитала. Иностранные инвесторы еще не совсем понимают, что такое Россия, и предпочитают акции, входящие даже не в индекс РТС или ММВБ, а более показательный индекс России с их точки зрения – MSCI Russia. Таким образом, индексные фонды оказываются в более выигрышном положении, чем активные фонды акций, которые могут включать и те бумаги, которых нет в индексе.

Однако все вышесказанное не означает, что необходимо выбирать для инвестиций только индексные ПИФы. Индексные ПИФы хороши на растущем рынке, а в последние 5 лет российский фондовый рынок как раз и показывал сильный растущий тренд. В периоды коррекции рынка и в среднесрочной перспективе лучшим выбором будут все же активно управляемые фонды, которые в прошлом оказались устойчивы к просадкам.

Рэнкинг паевых инвестиционных фондов по доходности за год с 31.03.2006 по 31.03.2011 (открытые фонды)

Место	ПИФ	Доходность	Стоимость пая		Прирост стоимости пая	СЧА		Прирост СЧА
			31.03.2006	31.03.2011		31.03.2006	31.03.2011	
1	Универсальный-Фонд акций	191,63%	15709,96	45814,64	191,63%	17695314,03	154362796,43	772,430%
2	Энерго капитал Сбалансированный	188,69%	602,98р.	1740,76р.	188,69%	129251726,81р.	514402011,69р.	297,90%
3	Интерфин Телеком	174,40%	1942,20р.	5329,49р.	174,40%	1046986085,18р.	119394469,51р.	-88,50%
4	Универсальный-Фонд смешанных инвестиций	136,34%	14046,46р.	33197,53р.	136,34%	63356951,04р.	90760202,56р.	43,20%
5	Арсат-Фонд акций	119,69%	1417,41р.	3113,90р.	119,69%	12393900,85р.	166759518,29р.	1244,20%

РЫНОК РАСТИТЕЛЬНОГО МАСЛА: ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ

Ракитская А.А. – студент, Белова Т.Ю. – к.т.н., доцент

Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Масложировая отрасль занимает ведущее место в агропромышленном комплексе России, что связано как с разнообразием и уникальностью состава маслосодержащего сырья различных регионов мира, так и с быстрой его возобновляемостью, важной ролью жиров в питании человека, масштабностью использования масложировых продуктов в пищевых, кормовых и технических целях, в том числе и стратегических.

За последние годы объемы производства отрасли увеличились вдвое, количество торговых марок выросло с 20 до 200, а сумма инвестиций в развитие производства составила более 100 млн. дол. США.

Масложировая отрасль считается достаточно стабильной - спрос на продукцию не падает, лидеры рынка не меняются на протяжении многих лет. Главные проблемы рынка - увеличение экспорта российского сырья за границу и импорта готовой продукции. Власти пытаются урегулировать ситуацию с помощью повышения заградительных пошлин, но пока положение дел не меняется.

Отечественный рынок растительного масла имеет свою выраженную специфику: наибольшая доля производства и потребления приходится на подсолнечное масло. По производству подсолнечного масла Россия занимает второе место в мире после Аргентины - от 0,8 до 1,3 млн. тонн в год.

Основным видом масел на российском рынке остается подсолнечное масло, составляющее порядка 70% всего оборота рынка, на втором месте стоит пальмовое масло, с долей порядка 20% от общего объема продаж. Все остальные виды растительных масел суммарно занимают 10% рынка.

Алтайский край – крупнейший производитель маслосемян подсолнечника в Сибирском федеральном округе, на его долю приходится около 90% производства: ежегодно его производится до 220 тыс. тонн. Имеющиеся в крае мощности позволяют практически весь этот объем перерабатывать на масло. Однако, посевных площадей в Алтайском крае не достаточно, погодные условия не позволяют выращивать подсолнечник в большом количестве, что приводит к дефициту сырья, поэтому ведется борьба за поставщиков сырья. Основные площади посева подсолнечника сосредоточены в районах Кулундинской и Рубцовско-Алейской степи.

Алтайские производители подсолнечного масла занимают 58% рынка края, производители этого продукта из других регионов России – 36%, импортные производители – 6% рынка.

В настоящее время на рынок растительных масел представлен следующими видами: подсолнечное, кукурузное, рапсовое, соевое, горчичное, оливковое. Также в последнее время широко представлены смеси масел, которые занимают 15% этого рынка.

В потреблении растительных масел в Алтайском крае преобладает подсолнечное масло, которое используется населением как один из основных продуктов питания. 90% населения отдадут предпочтение именно подсолнечному маслу.

Следует отметить, что остальные виды масел часто отсутствуют в рационе людей.

Таблица 1- Динамика потребления растительного масла в Алтайском крае

Показатель	2007 г.	2008 г.	2009 г.	Темп роста, %
Масло растительное, кг	12	11	12	109,1

За 2009 год было вывезено из края растительного масла в другие регионы 16538,2 тонн и на экспорт 141,4 тонн, а ввезено из других регионов 4979,9 тонн. Продано потребителям края

21320,8 тонн. Таким образом, большая часть растительного масла реализуется в пределах края.

Таблица 2 - Динамика экспорта - импорта растительного масла в Алтайском крае, т

Регион	2008 г.	2009 г.	Темп роста, %
Вывоз в регионы России и на экспорт	82 23,9	16 679,6	202,82
В регионы России	81 04,9	16 538,2	204,05
На экспорт	11 9	14 1,4	118,82
Ввоз из регионов России	35 85,3	49 79,9	138,90
Продано предприятиями-изготовителями края потребителям края	20 126,1	21 320,8	105,94
Произведено	28 350	38 000,4	134,04

Доля вывозимой продукции больше, чем ввозимой (экспорт > импорта). Следует отметить, что преимущественно ввозится в край рафинированное дезодорированное масло, а вывозится нерафинированное.

Также масло алтайских производителей на территории края реализуется преимущественно оптовыми весовыми партиями в качестве сырья для получения различной продукции и на технологические цели, т. е. масло идет на промышленное потребление - 82%.

На данный момент в Алтайском крае популярны рафинированные дезодорированные масла не местных производителей, а национальных и федеральных брендов - «Золотая семечка», «Аведовъ», «Злато» (АПГ «ЮгРуси»), «Слобода» (ГК «ЭФКО»), «Милора», «Раздолье» («WJ Grup»).

Нерафинированные подсолнечные масла местных производителей представлены следующими торговыми марками - ООО «АгроСиб-Раздолье» (ТМ «Янтарь-Алтай», «Хуторянка»), ОАО «Маслобойный завод» (ТМ «Золотой Алтай»), ООО НПП «Интер-Масло» (ТМ «Интер»), ООО «Славгородский маслозавод» (ТМ «Эталон»), ОАО «Мельник» (ТМ «От Мельник»), Бийский маслоэкстракционный завод (ТМ «Букет Алтая»).

Масложировая отрасль имеет следующие барьеры входа (выхода) в отрасль хозяйствующих субъектов:

1. Недостаточная величина предложения на рынке семян подсолнечника по сравнению с наличием мощностей по их переработке.
2. Большая величина начального капитала и малая доступность кредитных ресурсов для модернизации морально и физически устаревшего оборудования.
3. Необходимость наличия надежной сырьевой базы, широкой дистрибьюторской сети для продвижения своей марки.

Подводя итоги, стоит отметить, что рынок растительного масла находится в стадии «зрелости». Завершился период бурных изменений, при этом сформировалась новая система представлений покупателей о растительном масле, отечественные марки пользуются большим спросом, фасованное масло практически полностью вытеснило разливное. Общий рост рынка в этих условиях, вряд ли, превысит несколько процентов в год, что обеспечит в последующие годы.

Также следует выделить основные тенденции, которые являются главными составляющими достижения перемен:

- организация технического перевооружения и модернизации предприятий отрасли;
- увеличение объемов закупки сырья в других регионах РФ;

- повышение инвестиционной активности;
- расширение ассортимента продуктов питания;
- повышение качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции.

МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Себякина И.С. – студент, Мачин К.А. – к.э.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Решение проблемы повышения эффективности управления материальными запасами в современной экономической среде требует перехода от традиционных методов управления к логистическим, позволяющим включить управление запасами в состав основных направлений активно осуществляемой предприятием стратегии своего рыночного поведения.

В связи с этим особую актуальность приобретает создание методического инструментария, позволяющего количественно оценивать, анализировать и прогнозировать различные варианты формирования стратегии управления запасами.

У фармацевтических компаний есть целый ряд особенностей работы по сравнению с другими предприятиями торговли, которые необходимо учитывать при разработке решений для этой отрасли. Одна из особенностей это ярко выраженные сезонные колебания, причем их период и фаза для разных товаров могут быть совершенно различными.

Для решения данной проблемы предлагается методика управления материальными запасами с сезонным характером продаж (рис. 1).

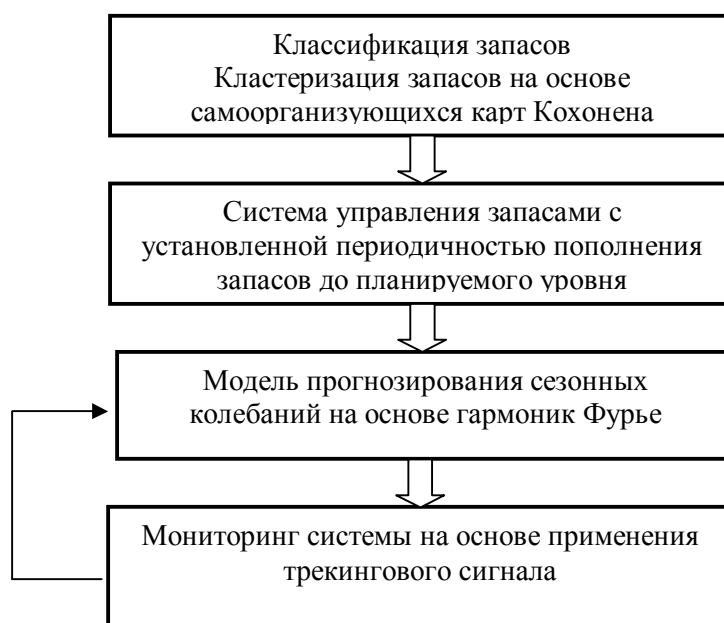


Рисунок 1 - Модель управления запасами с сезонным характером продаж

Концепция построения методики управления запасами основана на методическом принципе постоянного мониторинга изменений внутренней и внешней среды и корректировки основных параметров оперативного плана.

1-й этап. На этом этапе решается задача по разбиению товаров по группам, включающим товары со схожими сезонными колебаниями. Для того чтобы определить влияние сезонного фактора на объемы продаж различных товаров, удобно применить кластерный анализ. Для проведения кластеризации выбран метод самоорганизующихся карт Кохонена. По итогам проведенной кластеризации сформированы отчеты с информацией о принадлежности товаров той или иной выделенной сезонной группе. Внутри такой группы

продажи каждого товара составляют постоянную долю от объемов продаж группы в течение всего года, т.е. если продажи, например, препарата аналгин в своей группе составляют 3% от объема продаж всей группы в январе месяце, то и в июле его продажи составят около 3%. Такое же условие соблюдается для всех остальных товаров.

2-й этап Для номенклатурных позиций рекомендуется использовать систему управления (СУ) материальными запасами с установленной периодичностью пополнения запасов (УППЗ) до планируемого уровня.

СУ с УППЗ до планируемого уровня характеризуется тем, что расчет параметров системы производится на основании фактических данных за предыдущие периоды. Запасы пополняются не до постоянного максимального желательного уровня, а до планируемого. Постоянный уровень остается неизменным в течение длительного времени (года), а планируемый уровень позволяет учитывать объемы потребления за предыдущие периоды и изменяется ежемесячно. Интервал времени между заказами не постоянная величина, рассчитывается время возобновления заказа, который равен интервалу времени между началом потребления поступившего запаса и оформлением очередного заказа.

3-й этап В данной модели построение прогноза обусловлено расчетом планируемого уровня для системы управления запасами. В качестве прогнозного метода используется модель сезонных колебаний на основе гармоник Фурье. При применении гармонического анализа ряд динамики представляется как совокупность колебательных процессов, описываемых с помощью гармонического ряда Фурье. На рисунке 2 показана статистическая функция реализации препарата Ринза табл. №10 (от гриппа и простуды), построенная по данным бухгалтерского учета.

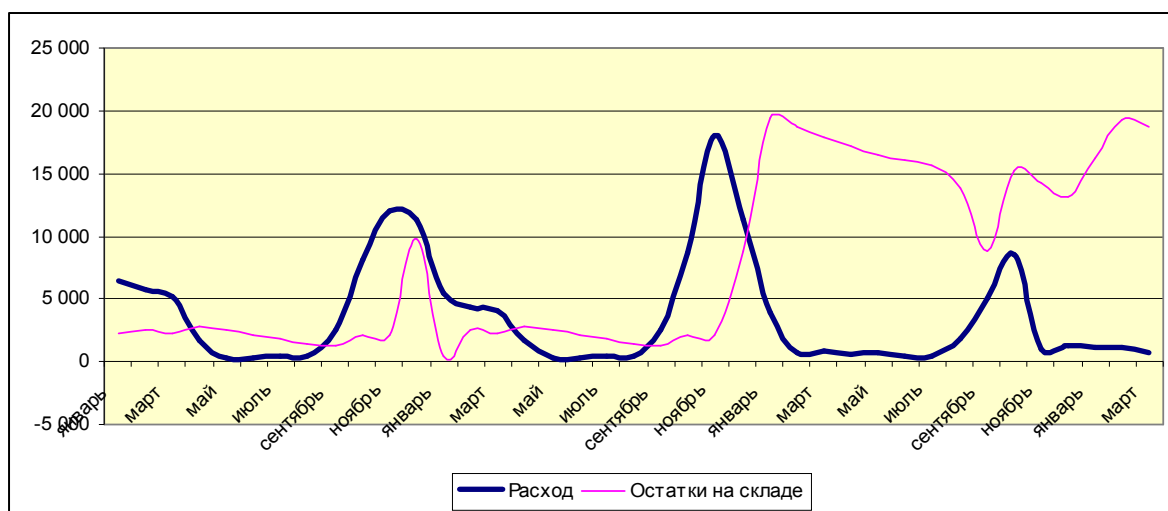


Рисунок 2 – Функция реализации препарата Ринза табл. №10 за 2008-2010 г, шт.

4-й этап После того как прогноз получен, важно, чтобы он не был забыт. Одним из путей отслеживания прогнозов, которому они подаются, является применение отслеживающих сигналов. Трекинг-сигнал – это инструмент, показывающий, как хорошо прогнозы обновляются каждую неделю, месяц или квартал, новые доступные данные о спросе сравниваются с прогнозными значениями.

Трекинг-сигнал рассчитывается как сумма ошибок прогноза (RSFE), деленная на среднее абсолютное отклонение (MAD) (1.1):

$$(1.1) \quad \text{Трекинг-сигнал} = \frac{RSFE}{MAD} = \frac{\sum (\text{Текущий Спрос в Периоде} - \text{Прогноз Спроса в Периоде } i)}{MAD}$$

$$\text{где MAD} = \frac{\sum |\text{Ошибок Прогноза}|}{n}$$

В реальной практике реализация модели должна основываться на определенных методических принципах. К числу этих принципов относятся конкретные этапы, процедуры и шаги, позволяющие на основе информационных технологий осуществлять расчет параметров модели.

Практическая значимость модели управления запасами состоит в том, что выполненные теоретические исследования позволили разработать модель, алгоритм, инструментальные средства планирования и оптимизации производственных запасов для широкого круга предприятий с сезонным типом продаж.

1 Список использованных источников:

1) Алексеева, Н. В. Интегрированная система развития взаимодействия поставщика и промышленного предприятия: концептуальные основания / Т. В. Алексеева // Проблемы современной экономики. – 2007. - № 2. - С. 7-11.

2) Бакунина, И. М. Управление логистической системой (методологические аспекты) / И. М. Бакунина, И. И. Кретов // Менеджмент в России и за рубежом. - 2005. - №5. - С. 11-14.

3) Денисова, А. Л. Организация коммерческой деятельности: управление запасами: учебное пособие / А. Л. Денисова, Н. В. Дюженкова. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. у-та, 2007. – 80 с.

4) Прикладные методы и модели в логистике // Логистика сегодня. – 2004. - №4. – С. 8-17.

5) Смирнов, П. В. Организация и планирование материально-технического снабжения: учебное пособие / П. В. Смирнов. - М.: Экономика, 2006. – 202 с.

6) Стерлигова, А. Н. Управление запасами в цепях поставок: учебник / А. Н. Стерлигова. – М.: ИНФРА – М, 2008. – 430 с.

7) Стерлигова, А.Н. Управление запасами широкой номенклатуры: с чего начать? / А. Н. Стерлигова // Логинфо. - 2004. - № 1. - С. 46-49.

8) Шрайбфедер, Дж. Эффективное управление запасами: пер. с англ. / Дж. Шрайбфедер. — 2-е изд. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. — 304 с.

9) Шрайбфедер, Дж. Груз с плеч // Кейс. – 2007. - № 9. – С. 5-7.

ЛИЗИНГ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕСУРСОВ ДЛЯ МОДЕРНИЗАЦИИ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ.

Баган А.С. – магистрант, Аунапу Э. Ф. д.э.н., профессор.

Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Актуальность темы обуславливается необходимостью массового обновления основных фондов в агропромышленном комплексе (АПК), наиболее эффективным путем, которого является аренда сельскохозяйственной техники с правом выкупа, реализуемая через схемы лизинга и минимизации потерь при этом всех участников лизинговых схем (банков, лизинговых, страховых компаний).

Несмотря на то, что за последние несколько лет состояние агропромышленного комплекса России изменилось: вырос объем инвестиций российского и иностранного происхождения, повысилась средняя рентабельность и увеличилась доля прибыльных предприятий, в условиях развивающегося финансово-экономического кризиса, темпы роста агропромышленного комплекса России начали снижаться.

В современных макроэкономических условиях предприятиям АПК требуется эффективный источник инвестиционных ресурсов, прежде всего, для обновления основных фондов.

Возросшая ставка банковских кредитов неприемлема для предприятий АПК, которые не имеют реальной возможности для их получения и последующего возврата. В кризисных условиях одним из методов привлечения инвестиционных ресурсов является лизинг. Он активизирует приток основных фондов в агропромышленный комплекс, улучшает финансовое состояние предприятий АПК и повышает конкурентоспособность агропромышленного комплекса в целом.

Политика государства направлена на повышение доступности инвестиционных ресурсов, как путем субсидированного кредитования, так и развития лизинга. Например, в рамках национального проекта «Развитие АПК» около 8 млрд. руб. направлено на повышение объемов агропромышленного лизинга путем перечисления данных средств в уставный капитал государственной компании ОАО «Росагролизинг».

В настоящее время данная компания выполняет распоряжения Правительства Российской Федерации от 24.03.2011 г. № 494-р о реализации сельскохозяйственной и автомобильной техники, а также оборудования, закупленных ОАО «Росагролизинг» до 1 мая 2010 года и подлежащих субсидированию в размере 50% балансовой стоимости за счет средств федерального бюджета.

В то же время силами только ОАО «Росагролизинг» решить проблемы национального агропромышленного комплекса вряд ли удастся. Осознавая высокую емкость агропромышленного рынка, тем не менее, ведущие лизинговые компании опасаются активно развивать данное направление ввиду специфических инвестиционных рисков, присущих предприятиям АПК и отсутствия комплексной методики их оценки. Учитывая обширную географию российского агропромышленного комплекса, значимость инвестиционных рисков в АПК существенно повышается.

В связи с этим проблема анализа лизинга как источника средств для проведения модернизации предприятий агропромышленного комплекса, разработка направлений повышения лизинговой активности в кризисных условиях особенно актуальна.

Различные аспекты исследования лизинга не являются новыми для российской науки. Достаточно большое количество научных публикаций за последние десять лет были посвящены проблемам формирования и развития лизингового рынка России. Наибольший вклад в развитие теории и практики лизинга внесли: Газман В. Д., Горемыкин В. А., Коптякова С. В., Красева Т. А., Лапыгин Ю. Н., Сокольских Е. В., Лещенко М. И., Сусанян К., Човушян О. Э. и др.

Инвестиционная составляющая лизинга и финансовая основа лизинговых сделок были освещены в работах Васильева Н. М., Волнина В. А., Калашникова И. А., Киркорова А., Ковынева С., Колесникова А. М., Шуваловой Е. Б. и др.

Специфику развития лизинговых операций в агропромышленном комплексе исследовали в своих трудах Бусыгин Н. Г., Николаенко А. Н., Чекмарева Е. Н., Удельнов С. Г., Попова Н. Н., Солдатова Л. И. и др. В работах данных авторов основное внимание было сосредоточено на прикладных проблемах осуществления лизинговых сделок в агропромышленном комплексе, были подробно проанализированы принципиальные особенности лизинговой деятельности в АПК.

Можно выделить следующие основные группы рисков применения лизинговых схем в АПК:

1. Риски, связанные с длительным циклом сельхозпроизводства. В первую очередь, связаны с непредсказуемостью погодных условий, которые влияют на урожай, и следовательно, сложностью прогнозирования реальных доходов хозяйства.

Длительный цикл производства затрудняет также оперативный учёт финансового состояния лизингополучателя. У предприятий растениеводства все лизинговые платежи, даже если они выплачиваются несколько раз в год, оплачиваются за счет одного денежного потока, появляющегося от реализации урожая. Поэтому как своевременное выполнение обязательств, так и задержки не позволяют делать однозначных выводов о финансовом состоянии лизингополучателя.

2. Риски, связанные с территориальной удаленностью лизингополучателей, которая обуславливает высокие издержки на мониторинг состояния лизингополучателя и самого объекта лизинга; высокие затраты на техническое обслуживание объекта лизинга.

3. Риски, связанные с проблемами бюджетного кредитования и субсидирования расходов сельхозпроизводителей. Эксперты Всемирного банка выделяют этот фактор как основное ограничение для агролизинга в развивающихся странах. В России значение этого риска начинает снижаться. Министерство сельского хозяйства РФ осуществляет интервенции на рынке зерна с целью поддержки цен. По мнению большинства экспертов и участников рынка, этот механизм поддержки АПК более совершенен, чем тот, который применялся ранее (бюджетное кредитование и субсидирование расходов сельхозпроизводителей на горюче-смазочные материалы, семена, удобрения и т.п. на полный цикл сельхозпроизводства). Субсидирование расходов трудно сделать одинаковым для всех сельхозпроизводителей, что ведет к искажению конкурентной ситуации в АПК, в то время как государственные интервенции на зерновом рынке, наоборот, обеспечивают равную поддержку всех производителей зерна.

Развитие интервенций на рынке зерна, осуществляемое Минсельхозом, особенно актуально в связи с падением цен на зерно в течение последних двух лет. При помощи этого механизма сельхозпроизводители получают возможность более эффективно прогнозировать свои объемы производства, затраты и рентабельность.

Соответственно, они могут запланировать и приобретение техники на модернизационные программы через механизмы лизинга, и данные планы будут прозрачны для всех участников лизинговых схем.

Еще одна проблема, касающаяся государственной поддержки в АПК, - это недостаток кредитной культуры многих сельхозпроизводителей. Проблема отсутствия опыта привлечения кредитов усугубляется неоднократными массовыми реструктуризациями долгов предприятиям АПК с рассрочками платежей и списаниями, что стимулирует безответственное отношение к займам.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что для модернизации потенциала АПК на основе лизинга в АПК по сравнению с другими секторами экономики существует более высокий уровень рисков и, следовательно, более строгий подход к отбору лизингополучателей и обеспечению сделок.

Основными видами обеспечения сделок остаются традиционные для лизинга:

1. Аванс;
2. Объект лизинга, находящийся в собственности лизингодателя.

Аванс - это не только дополнительное обеспечение сделки в случае, если придется проводить изъятие объекта лизинга, но и стимул для лизингополучателя продолжать осуществлять платежи.

Размер аванса, требуемого российскими лизинговыми компаниями от сельхозпроизводителей, варьируется от 15 до 30%.

Государственной компанией ОАО «Росагролизинг» для сельхозпроизводителей используется аванс в размере 7-15%, что вполне соответствует мировой практике.

Сельскохозяйственная техника в большинстве случаев является качественным обеспечением сделки вследствие своей высокой ликвидности и относительно простой транспортируемости, что облегчает управление рисками лизинговой компании.

По словам руководителей лизинговых компаний, во многих сделках аванс и сам объект лизинга являются достаточным обеспечением. В основном это относится к тем сделкам, в которых поставляемая техника достаточно ликвидна.

Снижению рисков лизинговых компаний также способствует дополнительное обеспечение сделки, в качестве которого выступает ликвидное имущество лизингополучателя. Оптимальным размером дополнительного обеспечения является стоимость закладываемого имущества равная 30 % от суммы сделки за вычетом аванса. Так же в качестве дополнительного обеспечения могут выступать поручительства как

юридических, так и физических лиц, гарантии субъектов РФ, гарантии банков и прочих кредитных организаций.

Лизинговыми компаниями используется мониторинг финансово-хозяйственной деятельности самих лизингополучателей. Представители лизингодателя выезжают на место и оценивают производственные площади, организацию производства, применяемые технологии и организацию управления. Это позволяет поддерживать показатели неплатежей на достаточно низком уровне.

Применение лизинговыми компаниями подход к управлению рисками - требование обеспечения по всем сделкам - позволяет полностью минимизировать убытки даже в случае неплатежей лизингополучателей.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМ КАПИТАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ЗАО «БМК»)

Сухих А.В. – студент, Макеева Н.Г. – доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Капитал представляет собой накопленный путем сбережения запас экономических благ в форме денежных средств или реальных капитальных товаров, вовлекаемый его собственниками в экономический процесс, как инвестиционный ресурс и фактор производства с целью получения дохода, функционирование которого в экономической системе базируется на рыночных принципах и связано с факторами времени, риска и ликвидности [1].

Управление капиталом предполагает управление формированием и управление использованием капитала. Так как рассматривается действующая организация, то значение имеют только вопросы использования оборотных активов и оборотного капитала [2].

Изучение эффективности использования оборотных средств на предприятии всегда было и будет актуальной темой, т.к. от этого зависит сам производственный процесс, без которого предприятие существовать не может.

Целью данной статьи является систематизация имеющейся информации и детальное изучение системы управления оборотным капиталом для проведения общего финансового анализа предприятия, а также разработка комплекса мероприятий, направленных на совершенствование управления оборотным капиталом на предприятии в соответствии с выявленными недостатками.

Для осуществления цели следует решить ряд задач:

- 1) провести анализ теоретических источников в области предмета исследования и дать оценку степени разработанности проблемы в существующей отечественной и зарубежной литературе и в практике отечественных и зарубежных предприятий;
- 2) дать организационно-экономическую характеристику положения объекта исследования на современном этапе;
- 3) провести анализ управления оборотным капиталом на предприятии;
- 4) выявить наиболее эффективные пути повышения эффективности управления оборотным капиталом для ЗАО «БМК».

После изучения теоретического материала и проведения анализа деятельности предприятия можно, безусловно, сказать, что актуальность управления оборотным капиталом присутствует в полной мере. В сложившейся ситуации, как в экономике страны, так и на предприятиях данные методы управления необходимы. Это объясняется тем, что применение данных методов дает возможность субъекту рынка реально оценить свое положение на данный момент времени, в перспективе, увидеть свои сильные и слабые стороны, и на основании их адаптировать функционирование предприятия в будущем.

Главным плюсом в использовании данных методик является то, что предприятие имеет возможность более эффективно использовать имеющиеся в его распоряжении ресурсы в целях повышения своей конкурентоспособности, финансового состояния, реагировать не

только на те изменения, которые происходят внутри самого предприятия, но и на те изменения, которые происходят за пределами предприятия, то есть во внешней среде.

Делая выводы о положении ЗАО «БМК» можно сказать, что предприятие находится в неустойчивом финансовом состоянии, с тенденцией к развитию.

Неблагоприятными моментами в деятельности ЗАО «БМК» являются:

- высокая доля заемных средств в общем объеме источников формирования оборотных средств;
- текущие потребности в финансировании неденежных оборотных активов превышают краткосрочные ресурсы;
- сосредоточение значительных сумм в дебиторской задолженности, что связано с трудностями в сбыте (многие покупатели требуют длительных отсрочек платежа);
- устаревшее оборудование, которое не только необходимо чаще ремонтировать, но и ужесточить контроль качества продукции, что влечет за собой дополнительные затраты и потерю времени;
- слишком большая доля расходов предприятия, связанная с управлением производства;
- низкий уровень обеспеченности собственными средствами и вследствие этого большая задолженность по кредитам.

При этом у предприятия имеются важные составляющие успеха в стратегическом плане. Это прежде всего хорошая репутация, которая обусловлена высоким уровнем качества производимой продукции. Во-вторых, это достаточно квалифицированный персонал, способный решать стратегические задачи. В третьих, это устоявшийся высококвалифицированный коллектив производственных работников, благодаря которому клиент может удовлетворить свои потребности. Другие сильные стороны ЗАО «БМК»:

- наличие резервов повышения производственных мощностей предприятия;
- возможность выпуска большого количества продукции широкого ассортимента;
- широкие возможности в области расширения номенклатуры выпускаемых изделий;
- налаженные каналы сбыта;
- возможность дифференцированной торговли;
- удачное участие в ярмарках и выставках;
- доверие кредиторов.

Условно конкурентов предприятия ЗАО «БМК» разделяют на 2 уровня:

а). Местные (ООО «Холод», Столица молока, Белый замок, ЛАКТ).

б). Федеральные (Вим-Биль-Данн, Данон, Юнимилк).

ЗАО «Барнаульский молочный комбинат» сотрудничает с 700 контрагентами, реализуя товар оптом (около 20 % всей реализуемой продукции) и в розницу (80 % от общего объема реализации).

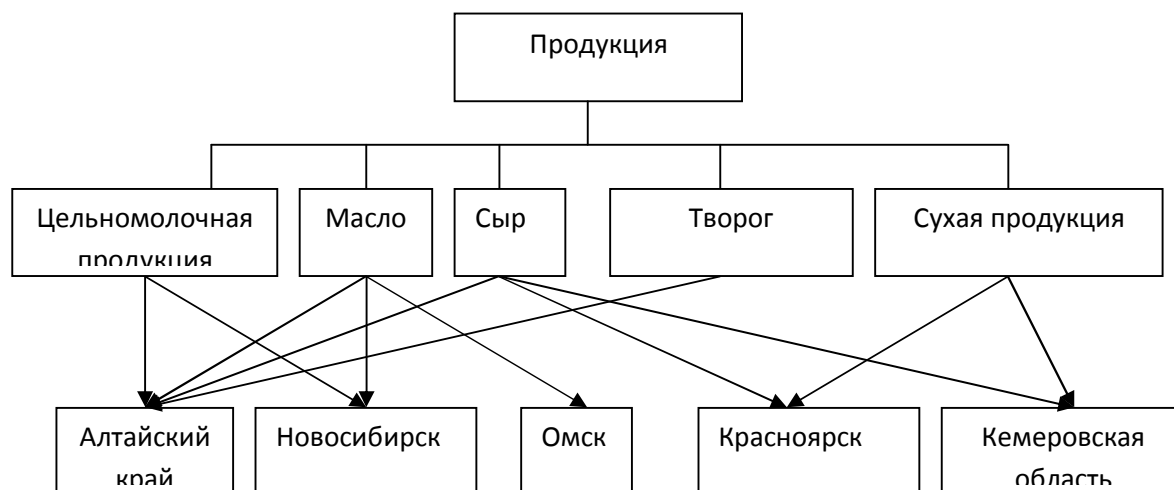


Рисунок 1 Группировка продукции по рынкам

Большая часть продукции комбината реализуется в Алтайском крае – 80 %. Также предприятие имеет доступ на рынки Кемеровской области (твердые сыры, сухая продукция), Новосибирска (цельномолочная продукция ограниченной номенклатуры, масло) и Омска (масло).

В ходе анализа финансового состояния предприятия решаются следующие аналитические задачи:

1. Анализ имущественного положения.
2. Анализ ликвидности и платежеспособности.
3. Анализ финансовой устойчивости.
4. Анализ деловой активности.
5. Анализ финансовых результатов.

Отрицательные показатели ликвидности говорят о неплатежеспособности ЗАО «БМК» в 2008 – 2009 годах. Однако показатель перспективной ликвидности положителен. Это говорит о положительном прогнозе платежеспособности на основе сравнения будущих поступлений и платежей.

Значения показателя наличия собственных оборотных активов говорят об остром дефиците активов и о необходимости приобретения собственных оборотных активов. То есть необходимо увеличивать количество запасов, а также дебиторскую задолженность, денежные средства и прочие оборотные активы.

Наличие собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов или функционирующий капитал является отрицательным показателем. Это говорит о том, что основные заемные источники финансирования являются краткосрочными.

Анализ управления оборотным капиталом начинается с анализа состава и структуры оборотных активов предприятия по итогам финансовой отчетности.

Наибольшую долю в составе оборотных активов занимает дебиторская задолженность. Однако наблюдается снижение данного показателя (на 8 % за 3 года). В 2009 году приблизительно равны запасы и краткосрочные финансовые вложения. Это говорит о том, что предприятие ведет политику снижения запасов до нормируемого уровня. Также наблюдается тенденция к росту денежных средств.

Операционные ТФП больше 0, следовательно, текущие потребности в финансировании неденежных оборотных активов превышают краткосрочные ресурсы.

Причины положительного значения операционных ТФП:

- а). Наличие значительных запасов сырья и готовой продукции, а также незавершенного производства.
- б). Иммобилизация значительных сумм в дебиторской задолженности, что связано с трудностями в сбыте (многие покупатели требуют длительных отсрочек платежа).

Предприятию не хватает постоянных ресурсов для финансирования постоянных активов. Поэтому часть излишка текущих ресурсов над текущими потребностями направляется на дофинансирование постоянных активов, а остаток представляет собой денежные средства.

В настоящее время ситуация уравновешена: избыток текущих ресурсов над текущим потреблением достаточен для финансирования недостатка собственных оборотных средств и обеспечивает некоторый остаток денежных средств.

Финансовые решения:

- а). Увеличить СОС:
 - нарастить собственный капитал посредством увеличения Уставного капитала, снижения дивидендов, увеличения нераспределенной прибыли и резервов, подъемом рентабельности с помощью контроля затрат и агрессивной коммерческой политики);
 - увеличить долгосрочные займы. Долгосрочных кредитов в структуре пассивов относительно немного (7 %). Долгосрочный кредит имеет такие преимущества, как низкие проценты, растянутые сроки выплат.

б). Снизить ТФП:

- уменьшить оборотные активы (посредством норм и нормативов найти оптимальные размеры запасов);

- снизить дебиторскую задолженность. Здесь возможны: факторинг, спонтанное финансирование, учет векселей. Максимально снизить длительность отсрочки платежей, не потеряв при этом заказчиков. При этом необходимо изучить средние отсрочки конкурентов. Оценивая свои отсрочки, необходимо выяснить, покрывает ли прирост оборота благодаря длительным срокам убытки от них.

- увеличить кредиторскую задолженность, удлинняя сроки расчета с поставщиками крупных партий сырья, материалов, товаров.

АНАЛИЗ ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЛАКОКРАСОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ДОРОЖНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА РОССИИ

Тютенькова Н.А. – студент, Родина Г.Е. – к.э.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Последние годы в Российской Федерации характеризуются значительным ростом парка автомобилей, опережающим темпы увеличения протяженности улично-дорожной сети. Это происходит несмотря на большой объем нового строительства автомобильных дорог, магистралей и улиц населенных пунктов. В таких условиях значительно возрастает роль технических средств организации дорожного движения, к которым относятся дорожные знаки, разметка, светофоры и направляющие устройства (сигнальные столбики, тумбы и др.). Этот тезис справедлив как к магистралям и улицам населенных пунктов, так и к загородным автомобильным дорогам.

Особое место среди технических средств организации дорожного движения занимает разметка. Основным ее отличием является продолжительность нахождения в поле зрения водителей транспортных средств. Эта особенность разметки позволяет применять ее не только для регулирования транспортных потоков, но и для организации движения пешеходов. Положительная роль дорожной разметки подтверждается результатами анализа зарубежных исследований влияния различных видов разметки на аварийность.

Применение разметки в настоящее время признано в странах Европы одной из эффективных мер обеспечения безопасности дорожного движения. Ее низкая стоимость способствует ее широкому внедрению. В определенной степени эффективность дорожной разметки можно оценивать по статистическим данным анализа причин дорожно-транспортных происшествий. Отсутствие или неудовлетворительное состояние разметки является прямой или косвенной причиной около 4–5% дорожно-транспортных происшествий в Российской Федерации[1].

Дорожная разметка может наноситься красками, термопластиками, холодными пластиками, полимерными лентами и световозвращателями (катафотами).

Свыше 60% российского потребления разметочных материалов приходится на эмали и краски. При этом следует отметить преобладающее использование недорогих акриловых материалов. Достаточно крупной и активно растущей группой материалов для разметки дорог являются термопластики, потребление которых составляет около 30% от общего количества[2]. Высокие темпы роста потребления пластиков горячего нанесения объясняются тем, что новые дороги и дороги с обновленным покрытием размечают чаще всего именно этими материалами, обладающими более длительным сроком службы по сравнению с обычными эмалями и красками. В потреблении холодных пластиков особых изменений не прогнозируется по причине невысокой технологичности их применения.

Потребление ЛКМ для разметки автомобильных дорог в России в последнее время демонстрирует достаточно высокие темпы роста, в основном за счет импорта. По итогам 2009г. емкость рынка составила около 23–24 тыс. т. Данный показатель учитывает

потребление разметочных эмалей и красок, пластиков холодного отверждения и термопластиков[2].

Основными потребителями материалов для дорожной разметки в Российской Федерации являются областные и городские дорожно-строительные управления, предприятия «Автодор», подрядные организации по ремонту дорог, оптовые фирмы по продаже дорожно-строительной техники и дорожно-конструкционных материалов.

В 2009 г. в Россию было импортировано 12,7 тыс. т материалов для разметки автомобильных дорог, в том числе: эмали и краски — 62,2%, термопластики — 33,3%, холодные пластики — 4,4%. По итогам I полугодия 2010 г., по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, импорт материалов для разметки дорог увеличился на 18%[2].

Ведущими российскими производителями ЛКМ и пластиков для разметки дорог являются ООО «Меготекс», ЗАО НПП «Технопласт» и ЗАО «Дарус», выпускающие около 5 тыс. т разметочных материалов или 45% от всего российского производства. Основным иностранным игроком на российском рынке ЛКМ для разметки является белорусское УП «СТиМ» с рыночной долей около 20%, добиться которой позволил комплексный подход к поставкам (материалы и техника), а также высокие качественные показатели разметочных красок (степень перетира)[2].

Среди основных проблем, определяющих состояние рынка ЛКМ для дорожного строительства России, можно выделить высокий уровень износа оборудования, минимум научно-технических разработок, слабую сырьевую базу, ужесточение российского законодательства в промышленно-производительной сфере, сезонный характер реализации ЛКМ, усиление активности иностранных конкурентов, присутствие на рынке большого числа подделок, высокий уровень барьеров входа на рынок ЛКМ и, как следствие, низкую рентабельность продукции в целом.

Перспективы российского рынка материалов для разметки дорог во многом зависят от реализации программы реконструкции и строительства в России автомобильных дорог. Российский рынок материалов для дорожной разметки является достаточно емким и активно растущим. В перспективе до 2012 г. планируется рост потребления лакокрасочных материалов для разметки дорог в России, поскольку согласно Федеральной целевой программе развития автомобильных дорог до 2012 г. основными направлениями дорожной политики являются развитие международных транспортных коридоров и их интеграция в Европейскую систему автомобильных дорог. Согласно прогнозу специалистов Агентства маркетинговых решений «Концепт Центр», к 2012 г. потребление в России покрытий данного вида может возрасти до 25 тыс. т.

Таким образом, в ближайшей перспективе российский рынок материалов для дорожной разметки представляется активно растущим и привлекательным для инвестирования. Особо высокими темпами развития характеризуется потребление термопластичных материалов.

Цитированная литература:

1. <http://www.securpress.ru/>
2. http://www.export.by/?act=s_docs&mode=view&doc=64&id=1607
3. http://www.i-stroy.ru/docu/paintmat/sovremennoe_sostoyanie_i_perspektivy_razvitiya/13036.html
4. http://www.klkz.ru/info/infokm/infokm11/infokm11_4/

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ

Халев В.В., Пацар В.В. – студенты, Бессонова Н.Б. – к.т.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Улучшение качества выпускаемой продукции – одно из решающих условий повышения ее конкурентоспособности на рынке и роста эффективности производства. Не случайно в промышленно развитых странах во многих фирмах и компаниях функционируют системы управления качеством выпускаемой продукции (УКП).

Известны четыре этапа в эволюции подходов к решению проблем качества. Сначала была фаза отбраковки (до 20-х годов прошлого века). Ее суть: чтобы потребителю поступали продукты, соответствующие стандарту, основное внимание необходимо уделять отсеиванию брака. Распространение данной концепции привело к непомерному росту контролирующего персонала – до 40 и более процентов от численности работников, задействованных в производстве, что в свою очередь вызвало непропорциональное полученному результату увеличение затрат на обеспечение качества и, следовательно, снизило эффективность деятельности предприятий.

В марте 1987 г. Международная организация по стандартизации ISO (ИСО) утвердила стандарты ИСО серии 9000, а в ноябре того же года Европейская организация по стандартизации выпустила аналогичные европейские стандарты, присвоив серии номер 29000. В 1988 г. Государственный комитет СССР по качеству и стандартам утвердил три из пяти стандартов этой серии под номерами от 40.9001 по 40.9003.

В 1994 г. эти стандарты были пересмотрены.

В 1999 г. стандарты серии 9000 включали пять стандартов:

— МС ИСО 9000: 1994 "Стандарты по управлению качеством и обеспечению качества. Руководство по выбору и применению";

— МС ИСО 9001: 1994 (ГОСТ 40.9001-96) "Системы качества. Модель обеспечения качества при проектировании, разработке, производстве, монтаже и обслуживании";

— МС ИСО 9002: 1994 (ГОСТ 40.9002-96) "Системы качества. Модель обеспечения качества при производстве и монтаже";

— МС ИСО 9003: 1994 (ГОСТ 40.9003-96) "Системы качества. Модель обеспечения качества в процессе технического контроля и испытаний готовой продукции";

— МС ИСО 9004: 1994 "Управление качеством и элементы системы качества. Руководство по выбору и применению".

Позже были разработаны и другие документы, в том числе "Общее руководство по проверке системы качества", а также по технологии обеспечения качества, которым после их утверждения в качестве стандартов ИСО был присвоен номер 10000.

< http://www.standartizac.ru/certification/sovr_podhod.html >

В настоящее время набирает обороты новая концепция управления качеством – «Шесть сигм». Ее основоположником стала компания «Моторола»: в январе 1987 года она приступила к реализации принципиально новой стратегической инициативы своего руководства, нацеленной на существенное улучшение качества продукции. В результате ее претворения за период с 1987 по 1997 год компании удалось снизить затраты на 13 млрд. долларов и повысить производительность труда на 204%.

Исходя из этого, целью исследования была выбрана тема выяснения значения понятия «Шесть сигм», ее эффективность и пригодность для российского рынка.

Итак, в статистике знаком «сигма» обозначают среднеквадратическое отклонение. Данный показатель позволяет понять, насколько производство определенной детали отклоняется от нормы. Из заданных таблиц по стандартным отклонениям можно сделать заключение о вероятности производства детали в границах определенного отклонения. «Шесть сигм» – такой уровень эффективности процесса, при котором на каждый миллион возможностей или операций приходится всего 3,4 дефекта.

Актуальность данного исследования подтверждают и следующие факторы. Данная система нашла широкое применение за рубежом, в таких компаниях, как Дженерал Электрик, LG, Samsung, Boeing, Samsung, Velsicol, Nissan, John Deere, Hsbc Bank, CdCom и другие. Сейчас же данная система проходит стадию внедрения на российском рынке: Альфа-Банк, МТС, РУСАЛ, УралМаш, Ростар, Вшб Мгу, Тэтраэлектрик, Мосводоканал, Макшел-Кмв Сертов, Тюф Норд, Измайловский, Флорентина. < <http://www.six-sigma.ru> >

Первоначально ставилась задача дать по возможности более широкое представление о концепции «Шесть сигм». Однако, уровень знаний по мельчайшим деталям систем не позволяет использовать более критический подход к сравнению. Поэтому стоит заметить

только то, что все инициативы в области качества, будь то TSO-9000, TQM, премии качества и т.д., и т.п., могут достигать своей цели, а могут и не достигать – в зависимости от того, сопровождается ли их внедрение глубоким пониманием системы и соответствующей трансформацией культуры организации. То же, на наш взгляд, относится и к системе «Шесть сигм», которая начиналась как простая инициатива по снижению потерь посредством использования статистических методов, а затем выросла в программу перестройки организаций. Другими словами, все дороги ведут к храму, если только мы не останавливаемся на достигнутом, а постоянно, повсюду, все вместе ищем пути и способы совершенствования и себя, и своих организаций, и своего бизнеса.

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ НЕХВАТКИ КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ КАДРОВ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Худякова К.Н.- студент, Аргудяев И.Г. - к.э.н.. доцент

Одной из самых значимых тенденций является тенденция нехватки квалифицированного персонала. И отделы персонала компаний, и кадровые агентства отметили очень четкие симптомы этого явления.

Во-первых, кандидаты стали более придирчивы к работодателю. У хороших специалистов, планирующих менять работу, зачастую возникает от 2 до 10 новых предложений о найме еще до момента увольнения. Фактически, уже не компания выбирает кандидата, а кандидат компанию.

Во-вторых, в связи с ажиотажным спросом на отдельных специалистов и ростом их ценности на рынке труда, стали ускоренными темпами расти гонорары части этих специалистов. Возникают ситуации, когда организация вынуждена нанимать нового сотрудника на деньги большие, чем те, которые получает специалист той же квалификации, уже работающий в данной компании.

В-третьих, средний срок работы сотрудника в компании снизился до 1-2 лет. Поработав в компании иногда даже менее года, сотрудник уже начинает активно интересоваться предложениями от других компаний на рынке, рассматривая вакансии с зарплатой зачастую в 2 раза большей, чем он имеет в настоящий момент.

В-четвертых, молодые специалисты и выпускники ВУЗов уже не готовы работать "за опыт" или за минимальную зарплату, а также занимать только секретарские или ассистентские позиции. Некоторые из них уже со 2-3 курса вовлечены в программы развития карьеры крупных международных компаний и просто не попадают на открытый рынок труда.

Очевидно, что такая ситуация приводит к тому, что предприятия попадают в своеобразную кадровую ловушку. Попытки нанимать более "дешевых" работников приводят либо к отбору наименее квалифицированных и производительных работников, либо к увеличению издержек на обучение и наставничество. Но как только сотрудники становятся конкурентными на рынке труда, их не удается долго удерживать.

"Купленные" же за большие деньги специалисты также не всегда оправдывают ожидания и "смотрят на сторону".

И то, и другое приводит к экономическим потерям для предприятия, ограничивая рост бизнеса.

Кадровый дефицит - реальность сегодняшнего дня, которая станет основным ограничителем социально-экономического развития в ближайшее десятилетие. Решать эту проблему придется, действуя сразу по всем фронтам: стимулируя рост рождаемости, повышая производительность труда, привлекая мигрантов. Лидерами в социально-экономическом развитии станут те регионы, которые первыми сумеют обеспечить площадки для нового жилищного строительства, адаптируют учебные программы под потребности регионального рынка труда, разработают привлекательные миграционные пакеты. Эффективность этой деятельности существенно возрастет в случае скоординированных действий бизнеса и государства. Велика вероятность того, что в ближайшем будущем будут

возникать новые инструменты государственно-частного партнерства, ориентированные уже не только на снятие инфраструктурных ограничений, а еще и на качественное улучшение ситуации на региональных рынках труда.

С данными проблемами столкнулось предприятие ООО «Тахами Аква».

Проведенное исследование кадровой политики на предприятии ООО «Тахами Аква» позволило разработать основные направления по совершенствованию, а именно:

1. Анализ и совершенствование процессов подготовки, переподготовки и повышения квалификации работников. Это окажет положительное воздействие на деятельность предприятия, так как существует взаимосвязь роста производительности труда работников и роста их квалификации.

2. Применение модульной системы, как основы обучения, позволит быстрее реагировать на ускоренную смену технологий, потребности рынка, так как эта система была гибкая, чем традиционная. Модульная система обучения обеспечивает большую эффективность с точки зрения качества приобретаемых навыков, не требует больших затрат.

3. Увеличение штата бюро по подготовке кадров на предприятии ООО «Тахами Аква» позволит проводить более детальный анализ количественного и качественного состава персонала, выявить их наклонности и желания учитывать мнение самих работников об уровне и динамике их профессиональных знаний.

4. Внедрение и использование автоматизированной системы управления, создание базы данных по определению потребностей в профессиональном обучении рабочих позволяет более качественно планировать процесс управления персоналом.

5. На предприятии можно использовать опыт зарубежных фирм по организации кружков качества, применение двойной системы обучения. Эти примеры выгодны для предприятия, так как они не требуют больших материальных затрат, а также у молодых специалистов вырабатывается способность приспосабливать знания и навыки к требованиям производства, привычка хорошо работать и ощущать себя мастером.

Таким образом, управление персоналом предприятия осуществляется с помощью сочетания административных, экономических и социально-психологических методов управления. Основа системы стимулирования персонала закладывается использованием организационно-технических методов, которые оптимизируют построение системы управления эффективностью труда. Используемые ООО «Тахами Аква» социально-психологические методы позволяют эффективно осуществлять духовное стимулирование, создавая благоприятный психологический климат в коллективе и чувство принадлежности к организации. Установленный на предприятии стабильный размер вознаграждения персонала предотвращает увеличение текучести кадров и снижает затраты на поиск новых работников. В части использования экономических методов стимулирования у предприятия имеются резервы совершенствования системы материального стимулирования персонала за счет использования современных подходов стимулирования труда, в частности, таких методов партисипативного управления, как участие работников в прибыли организации, участие работников в управлении.

УЧАСТИЕ РОССИИ В МЕЖГОСУДАРСТВЕННОМ СОТРУДНИЧЕСТВЕ В ОБЛАСТИ ТЕХНИЧЕСКОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

Чернышева М.Е. – студент, Бессонова Н.Б. – к.т.н., доцент

Всероссийский заочный финансово-экономический институт, филиал в г. Барнауле

При сокращении тарифов нетарифные барьеры в торговле становятся определяющими проблемами доступа продукции на рынки сбыта. Среди таких проблем различия в регулирующих требованиях отдельных стран оказывают наибольшее воздействие на результаты торговли. В отдельных случаях регулирующие требования могут фактически воспрепятствовать положительным результатам, достигнутым в процессе либерализации торговли. На основе исследования Экономического Комитета АТЭС, озаглавленного

«Воздействие рыночной либерализации в рамках АТЭС» было определено, что существующие программы содействия торговле (относящиеся к стандартизации и оценке соответствия) дают АТЭС 0,26 % прибыли от фактического валового внутреннего продукта (или около 45 миллиардов долларов США), тогда как прибыль от либерализации торговли (то есть, в результате сокращения тарифов) составляет только 0,14 % от фактического валового внутреннего продукта или половину от того, что достигается в результате мер по обеспечению торговли.

Для проведения согласованной политики в области технического регулирования, для его гармонизации с международной практикой, исходя из необходимости защиты национальных интересов безопасности государств - участников Содружества Независимых Государств (СНГ) и создания благоприятных условий развития международной торговли, участники СНГ в 1993 г. заключили соглашение о проведении согласованной политики в области стандартизации, метрологии и сертификации.

Для выработки согласованной политики, определения основных направлений деятельности на межправительственном уровне в области технического регулирования и согласования вопросов финансирования работ в этой сфере создан Межгосударственный совет по стандартизации, метрологии и сертификации (МГС), в состав, которого входят руководители соответствующих органов управления участников СНГ.

Обозначены следующие направления деятельности МГС:

принятие общих правил проведения работ по стандартизации, метрологии и сертификации, представляющих межгосударственный интерес; установление единых обязательных требований к продукции и услугам, обеспечивающих их безопасность для жизни и здоровья человека, охрану окружающей среды, совместимость и взаимозаменяемость, а также единых методов испытаний; стандартизация общетехнических требований, представляющих межгосударственный интерес; информации и систем кодирования; установления единиц физических величин, допускаемых к применению в государствах-участниках; ведение межгосударственной службы времени и частот, информационных фондов средств измерений, стандартных образцов и стандартных справочных данных; ведение и развитие эталонной базы и системы передачи размеров единиц физических величин; формирование, хранение и ведение фонда межгосударственных стандартов, международных, региональных и национальных стандартов других стран и обеспечение участников этими стандартами. Ведение и хранение действующих отраслевых стандартов на важнейшие группы продукции, представляющих межгосударственный интерес; взаимное признание результатов государственных испытаний, метрологической аттестации, проверки и калибровки средств измерений; взаимное признание аккредитованных испытательных, поверочных, калибровочных и измерительных лабораторий (центров), органов сертификации, сертификатов на продукцию и систем обеспечения качества; издание, переиздание, тиражирование и распространение межгосударственных стандартов, международных и региональных стандартов, других нормативных документов по стандартизации, метрологии и сертификации, представляющих межгосударственный интерес; координация программ подготовки и повышения квалификации кадров в области стандартизации, метрологии и сертификации; международное сотрудничество в области стандартизации, метрологии, сертификации и качества.

По основным областям деятельности МГС созданы: научно-технические комиссии по стандартизации, по метрологии, по оценке соответствия, по аккредитации, по надзору и контролю за соблюдением требований технических регламентов, норм и правил, по гармонизации технических регламентов государств-участников СНГ, а также рабочие группы по классификации и кодированию технико-экономической и социальной информации, по стандартным образцам, по стандартным справочным данным, по неразрушающему контролю, по разработке межгосударственных электронных систем обмена информацией, по обучению и повышению квалификации специалистов в области

стандартизации, метрологии и сертификации, совет полномочных представителей по реализации межправительственного соглашения о сотрудничестве по обеспечению единства измерений времени и частоты, по методическому обеспечению внедрения стандартов ИСО 9000 версии 2000, для координации работ по внедрению оценки неопределенности измерений в метрологической практике государств-участников.

Принимая во внимание Соглашение по техническим барьерам в торговле 1994 года, участниками СНГ в 2000 г. было принято соглашение по техническим барьерам в зоне свободной торговли. В данном документе изложены общие требования к содержанию технических регламентов и к процессам их разработки, предусмотрена возможность признания международных и национальных технических регламентов третьих стран и стандартов, эквивалентных национальным (государственным) техническим регламентам и стандартам. При наличии опубликованной официальной информации о начале разработки одним из участников СНГ технического регламента другие участники, как правило, воздерживаются от разработки аналогичного технического регламента или стандарта. Одновременно с этим другим участникам должны быть предоставлены возможности участия в этой разработке.

В 2001 г. было принято положение о едином знаке доступа продукции на рынок государств – участников СНГ. Знак удостоверяет, что продукция, маркированная этим Знаком, соответствует межгосударственным стандартам СНГ (ГОСТ), устанавливающим обязательные требования к этой продукции, действующим в государствах-участниках СНГ и включенным в «Номенклатуру продукции, маркируемой Единым Знаком доступа продукции на рынок государств-участников СНГ» и прошла обязательное подтверждение соответствия требованиям нормативных документов в Национальной системе сертификации

В 2010 г. была принята программа работ по межгосударственной стандартизации на 2010-2012 гг. В соответствии с указанной Программой работа по гармонизации в области технического регулирования осуществляется по обозначенным приоритетным направлениям работ. Критериями для включения являются следующие: создание доказательной базы для выполнения требований технических регламентов; устранение технических барьеров; ресурсосбережение.

Межгосударственный Совет Республики Беларусь, Республики Казахстан, Кыргызской Республики, Российской Федерации и Республики Таджикистан 10 октября 2000 г. заключили договор об учреждении Евразийского экономического сообщества (ЕврАзЭС). ЕврАзЭС создано с целью развития экономического взаимодействия, торговли, эффективного продвижения процесса формирования Сообщества и Единого экономического пространства, координации действий государств данного союза при интеграции в мировую экономику и международную торговую систему.

Один из главных векторов деятельности организации – обеспечение динамичного развития членов союза путем согласования социально-экономических преобразований при эффективном использовании их экономических потенциалов в интересах повышения уровня жизни народов.

Одной из основных задач Сообщества является завершение оформления в полном объеме режима свободной торговли, формирование общего таможенного тарифа и единой системы мер нетарифного регулирования. С этой целью были приняты два Соглашения: о единых мерах нетарифного регулирования в отношении третьих стран и о проведении согласованной политики в области технического регулирования, санитарных и фитосанитарных мер.

В соответствии с уставными целями и задачами Сообщества и руководствуясь принципом разноскоростной интеграции, Беларусь, Казахстан и Россия в 2007 году создали Таможенный союз и планомерно формируют следующий интеграционный этап – Единое экономическое пространство ЕврАзЭС, к которым другие государства Сообщества будут присоединяться по мере готовности. Согласно принятым документам, ТС формально начал свою работу с 1 января 2010 года, когда вступил в силу Единый таможенный тариф /ЕТТ/,

предусматривающий одинаковые для трех стран ставки ввозных пошлин. На следующем этапе, с 1 июля 2010 года начал действовать единый Таможенный кодекс. И на третьем этапе формирования ТС - 1 июля 2011 года - весь таможенный контроль планируется вынести с внутренних границ стран- участниц ТС на внешний контур союза.

Главной задачей Таможенного союза является устранение барьеров в торговле. От этого выигрывают главным образом потребители продукции, граждане стран указанного объединения. Принято несколько документов, способствующих устранению нетарифных барьеров в торговле и гармонизации отношений в области технического регулирования, например, «О едином нетарифном регулировании таможенного союза Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации», «О вопросах технического регулирования, применения санитарных, ветеринарных и фитосанитарных мер таможенного союза». О единых принципах и правилах технического регулирования в Республике Беларусь, Республике Казахстан и Российской Федерации», **«Положение о порядке разработки, принятия, внесения изменений и отмены технического регламента Таможенного союза»** утверждены единые формы документов об оценке (подтверждении) соответствия (декларации о соответствии техническим регламентам Таможенного союза, сертификата соответствия техническим регламентам Таможенного союза).

Российская Федерация активно участвует в международном сотрудничестве в области технического регулирования.

Графиком разработки первоочередных технических регламентов ЕврАзЭС, включающим 35 наименований, стороной, ответственной за разработку двадцати пяти является РФ. Наша страна соблюдает данный график. В настоящее время завершено публичное обсуждение пяти и осуществляется публичное обсуждение восьми технических регламентов, разработанных организациями РФ.

Согласно графику разработки сорока семи первоочередных технических регламентов Таможенного союза ответственным разработчиком двадцати пяти является РФ. В настоящее время осуществляется публичное обсуждение десяти проектов технических регламентов, из которых шесть – разработка отечественных специалистов; из девяти проектов технических регламентов Таможенного союза, внесенных на внутригосударственное согласование, пять – российских.

Такая деятельность необходима в связи с подготовкой нашей страны к вступлению во всемирную торговую организацию (ВТО). В одном из важнейших документов ВТО – соглашении по техническим барьерам в торговле, ставится условие о недопустимости создания излишних препятствий в международной торговле.

АНАЛИЗ ЛОГИСТИЧЕСКИХ РИСКОВ И ПУТИ ИХ СНИЖЕНИЯ НА ООО «ЛИТПРОМ»

Шебалина П.С. – магистрант, Родина Г.Е. – к.э.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Общество с ограниченной ответственностью «ЛитПром» – предприятие металлургической промышленности, являющееся производителем чугунных и стальных отливок по газифицированным моделям. Учитывая опасный характер производства, колебания спроса и предложения на продукцию и потребляемое сырье, отраслеваю конкуренцию и ряд других факторов, анализ рисков является объективной необходимостью для данной организации.

Использование логистического подхода к организации хозяйственной деятельности, в том числе и к организации управления рисками, является, как показывает практика экономически развитых стран, значимым фактором повышения конкурентоспособности предприятия. В данной связи логистический риск понимается как ситуация, связанная с возможностью возникновения сбоев в движении потоков различных ресурсов вследствие возмущающих воздействий факторов внешней и внутренней среды, последствия которых, с

точки зрения субъекта управления, являются неопределенными и проявляются в виде возможного отклонения параметров потоков от заданного уровня.

Логистические риски рассматриваемого предприятия целесообразно классифицировать, сообразуясь с функциональными областями логистики.

1. Риски снабжения

- 1) Отсутствие необходимого товара в нужный момент (или его дефицит).
- 2) Несоответствие цены качеству товара.
- 3) Повышение цен на основные закупаемые материалы (металл, финмикс, полистирол, графит и т.д.)
- 4) Риск ошибочного выбора поставщика.

2. Риски транспортной логистики

- 1) Коммерческий риск. Выражается в срыве поставок, недополучение продукции, увеличение транспортных издержек нарушении сроков поставки, невыполнении финансовых обязательств, утрате доли дохода (прибыли). Учитывая то, что ряд поставщиков ООО «ЛитПром» находятся географически далеко (Челябинск, Санкт-Петербург, Екатеринбург), данному риску приобретает важное значение.
- 2) Риск ущерба в результате изменения погодных условий, включая стихийные бедствия.
- 3) Технические риски. Связаны с эксплуатацией технических средств логистической системы.
- 4) Риск утраты груза в результате хищения, учитывая пропажу груза без вести или угон транспортного средства вместе с грузом.
- 5) Экологический риск. Выражается в ущербе окружающей среде при транспортировке или хранении продукции.
- 6) Риск наступления гражданской ответственности, возникшей в связи с ущербом, нанесенным в процессе логистической деятельности.

3. Риски складской логистики

- 1) Превышение объема хранения, т.е. нарушение производственного ритма;
- 2) Утрата (хищение) имущества;
- 3) Повреждение или уничтожение товара в результате поломки систем жизнеобеспечения: водопровода, электропроводки, канализационных систем и т.д.
- 4) Повреждение или утрата в процессе хранения и обработки в результате неосторожности или ошибки работников склада;
- 5) Риск повреждения или уничтожения в результате пожара, стихийных бедствий.

4. Риски производственной логистики

Нарушение производственного ритма, которое в первую очередь связано с системой организацией запасов на производстве. На ООО «ЛитПром» отсутствуют страховые запасы по ряду номенклатурных позиций, а гарантийных запасов не существует. Это в первую очередь связано с острым дефицитом оборотных средств. В свою очередь отсутствие необходимого объема запасов приводит к следующим рискам:

- риск простоя производства,
- риск упущенной прибыли из-за отсутствия товара на складе в момент возникновения повышенного спроса,
- риск потери потенциальных покупателей

5. Риски распределительной логистики

Запасы готовой продукции на предприятии практически не создаются – произведенная продукция в течение 1–2 дней забирается покупателями.

Идентификация рисков является первым шагом на пути к управлению ими. Наиболее действенным инструментом менеджмента, направленным на снижение рисков организации, является не фрагментарное использование отдельных методов, а их комплексное применение

на предприятии, то есть внедрение системы управления рисками. Данная система может включать следующие мероприятия:

1. Диверсификация
2. Передача риска (снижение риска) – передающая сторона передает риск принимающей стороне на основе заключения контракта. Передаваться могут риски платежеспособности, имущества, ответственности, остановки деятельности.
3. Лимитирование – установление предельных сумм расходов, продажи, кредита.
4. Страхование – передача или распределение рисков, возникающих у одного лица, между рядом лиц.
5. Устранение риска – отказ от некоторых видов деятельности, связанных с риском.

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ
НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ НА ПРИМЕРЕ
ОАО «БАРНАУЛЬСКИЙ ЗАВОД АСБЕСТОВЫХ ТЕХНИЧЕСКИХ ИЗДЕЛИЙ»**

Дмитриева О.В., Угарова Ю.В.

Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Аннотация. Проведен анализ системы управления затратами на предприятии, выявлены проблемы функционирования системы, а также предложены мероприятия по ее совершенствованию для повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности рассматриваемого предприятия.

В современных условиях глобализации рынков, быстрого изменения потребительских предпочтений, нарастающих темпов технологических изменений особое значение приобретает управление стратегическим развитием предприятия, одной из важнейших задач которого является анализ затрат и управление ими.

Анализ затрат помогает оценить эффективность использования всех ресурсов предприятия, выявить резервы снижения затрат на производстве, собрать информацию для подготовки планов и принятия рациональных управленческих решений в области затрат.

Основу анализа затрат составляет информация, полученная из управленческого учета. Однако существующие корпоративные учетные системы не соответствуют современным требованиям [4]. В условиях острой конкуренции, как в глобальном масштабе, так и внутри страны и грандиозно выросших возможностей обработки информации управленческие бухгалтерские системы не в состоянии своевременно предоставить менеджерам необходимую информацию для управления процессами, определения себестоимости продукции и оценки результатов деятельности [3].

Таким образом, для большинства предприятий остро стоит проблема перехода на новые, более совершенные системы учета и анализа затрат.

Для химической и нефтехимической отрасли, к которой относится предприятие ОАО «Барнаульский завод АТИ», важнейшей предпосылкой своевременного получения необходимой для решения различных управленческих задач информации, систематического контроля за расходованием производственных ресурсов и выполнением поставленных задач, экономического анализа работы предприятия и его подразделений является организация затрат по центрам и местам их возникновения. Эту систему формируют по центрам затрат с использованием элементов нормативного учета затрат и метода директ-костинг [1].

ОАО «Барнаульский завод АТИ» является одним из ведущих в России и СНГ производителем асбестовых и безасбестовых фрикционных изделий, а также ряда уплотнительных, теплоизоляционных и прокладочных материалов и изделий.

В результате анализа исходного состояния предприятия, его внутренней и внешней среды, действующей системы управления затратами, выявлено следующее:

– финансовое положение «Бз АТИ» можно охарактеризовать как слабоустойчивое: баланс неликвиден, предприятие неплатежеспособно по своим текущим обязательствам, оно

испытывает недостаток собственных оборотных средств для финансирования текущей деятельности;

- наибольшую долю в структуре затрат предприятия составляют материальные затраты (61,3%);

- большая часть поставщиков сырья расположена в европейской части России. Это приводит к тому, что затраты на транспортировку сырья у «Бз АТИ» выше, чем у предприятий-конкурентов, расположенных в европейской части страны, что усугубляется постоянным ростом цен на сырье и материалы;

- в структуре запасов преобладают запасы готовой продукции и материалов, как следствие, повышение затрат на хранение;

- в процессе ABC- и XYZ-анализа выявлены неликвидные запасы сырья и материалов, группа сырья и материалов с низкой точностью прогноза в их потреблении и полным отсутствием запасов;

- отсутствие комплексного подхода к управлению запасами сырья и материалов;

- дублирование задач и функций сотрудников отдела, занимающегося вопросами управления затратами (Отдел труда, ценообразования и сводного планирования (ОТЦиСП)), которое снижает эффективность управления затратами на предприятии;

- отсутствие стандарта по организации деятельности в области управления затратами в соответствии с СМК, внедренной на предприятии.

Для повышения эффективности системы управления затратами на предприятии следует руководствоваться следующими принципами:

- 1) системный подход (предприятие рассматривается как сложная система, которая действует в среде открытых систем и состоит, в свою очередь, из взаимосвязи подсистем);

- 2) принцип комплексного анализа всех подсистем и ее составляющих элементов;

- 3) динамический принцип и принцип сравнительного анализа (анализ всех показателей в динамике, а также в сравнении с аналогичными показателями предприятий-конкурентов);

- 4) принцип учета специфики в формировании затрат предприятия (в частности, отраслевой).

Поскольку затраты оказывают существенное влияние на финансовый результат деятельности предприятия, формирование ресурсов для его дальнейшего развития, а также оказывают влияние на конкурентоспособность продукции и предприятия в целом, существует объективная необходимость совершенствования системы управления затратами на ОАО «Бз АТИ».

В связи с этим определены направления совершенствования системы управления затратами на рассматриваемом предприятии:

- внедрение системы бюджетирования;

- создание эффективного алгоритма управления затратами (разработка стандарта);

- корректировка Положения об ОТЦиСП, должностных инструкций сотрудников ОТЦиСП;

- оптимизация затрат.

Совершенствование системы управления затратами позволит ОАО «Бз АТИ» улучшить финансовое положение и повысить конкурентоспособность.

Список литературы:

1. Карасев Д.Н. Формирование системы управления затратами на предприятиях химической и нефтехимической промышленности / Карасев Д.Н., Тумин В.М. // Транспортное дело России. – 2009. – №4. – С.63-66.

2. Никитина Н. Система управления затратами и ее роль в финансовом менеджменте [Текст] / Н. Никитина, Л. Парамонова // Проблемы теории и практики управления : Междунар. журн / Междунар. науч. - иссл. ин-т проблем упр. – М., 2006. – №11. – С. 51-55.

3. Никитина Н. Система управления затратами и ее роль в финансовом менеджменте [Текст] / Н. Никитина, Л. Парамонова // Проблемы теории и практики управления : Междунар. журн / Междунар. науч. - иссл. ин-т проблем упр. – М., 2006. – №11. – С. 51-55.

4. Татарина В. М. Совершенствуем методы управления затратами [Текст]: обеспечение конкурентоспособности продукции на основе управления затратами в предпринимательских структурах / Татарина В. М. // Российское предпринимательство. – 2009. – № 5. – С. 42-46.

5. Юрченко Т. Управление текущими затратами в промышленной организации [Текст] / Т. Юрченко, Ю. Воронцова // Маркетинг / Центр маркетинг. иссл. и менеджмента. – М., 2006. – №4. – С. 107-116.

ИНСТРУМЕНТЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ (НА ПРИМЕРЕ ООО «КУБАНСКАЯ КОРМИЛИЦА»)

Зажигина Д.А. – студент, Муха В.Н. – к.соц.н., доцент
Кубанский государственный технологический университет (г. Краснодар)

Современная социальная среда в значительной степени определяется характером существующих в ней организаций. Особенности поведения людей внутри организации, а также поведения самой организации во внешнем окружении способны определить ее важнейшие конкурентные преимущества, создать неповторимый имидж, ускорить ее развитие. Существование человека в организации имеет культурные, экономические, маркетинговые, социальные и психологические составляющие. Каждый из них по-своему важен, и только представляя организацию как сочетание данных разнообразных элементов, можно выявить ее специфику, раскрыть закономерности ее функционирования, особенности ее места в обществе.

На данный момент взаимоотношения потребителя и производителя выстраиваются таким образом, что потребитель находится в центре интересов производителя, является его основной целью и объектом целенаправленного воздействия. Приобретение того или иного товара или использования услуги является действием, в основе которого лежат различные побудительные мотивы. Эти мотивы могут, как опираться на здравый смысл, так и формироваться под воздействием случайных импульсов. Исследование мотиваций и типов потребительского поведения является очень важным для эффективной работы организации с потребителями и увеличения спроса на продукцию.

В ходе работы были выдвинуты следующие задачи: дать общую характеристику потребительскому поведению; охарактеризовать инструменты воздействия на потребителя; проанализировать конкретные инструменты воздействия организации на потребительское поведение на примере ООО «Кубанская Кормилица». Новизна данного исследования заключается в том, что инструменты воздействия организации на потребительское поведение исследуются на примере конкретной организации.

Поведение потребителя объясняет теория потребительского поведения. Анализ потребительского поведения имеет огромное практическое значение. С его помощью производитель, выпустивший новый товар, может определить, на каком уровне устанавливать цену, а потребитель может принять более рациональное решение. Таким образом, теория потребительского поведения учит субъектов экономических отношений вести себя более рационально.

Инструменты воздействия организации на потребительское поведение являются внешними факторами. Они включают в себя совокупность методов и способов воздействия, использование которых, в совокупности, приводит к достижению максимальных результатов. Нельзя недооценивать значения рекламы, цены, «образа бренда» и других инструментов воздействия, как информативного средства, побуждающего к действию. Естественно, все они рассчитаны на определенный круг потребителей: тот, кто не пользуется рекламируемыми товарами, не купит их, даже, несмотря на выгодные условия приобретения.

И напротив, люди, заинтересованные в покупке того или иного товара, обратят внимание на благоприятные условия покупки – скидки, льготы и т. п. Мотивация, цена, скидки и различные своего рода «завлекалки» оказывают на потребителя положительный результат только в своем совокупном использовании, что позволяет сократить расходы предприятия, но тем самым увеличить спрос, на производимую им продукцию. Использование разнообразных слоганов, в рекламной деятельности, эффективно тогда, когда этот слоган произносится известным, красивым, влиятельным человеком. Данного рода манипуляции широко используются в настоящее время, и ещё долго не потеряет актуальности.

Современные инструменты воздействия организации на потребительское поведение весьма разнообразны и порой составляют собой совокупность приемов и методов. Организации используют различные инструменты воздействия на потребительское поведение, для выявления характерных инструментов для ООО «Кубанская Кормилица» был проведён социологический опрос постоянных клиентов ООО «Кубанская Кормилица» в возрасте от 30 до 45 лет (50 человек).

Опрос показал, что покупателей продукции ООО «Кубанская Кормилица» в большей мере привлекает обслуживание, соотношение цены и качества, «бонусы» в виде скидок и возможность покупки в кредит, специализация продукции – так ответили 44% от общего числа опрошенных, 31% привлекает исключительно соотношение цены и качества, 19% привлекает специализация продукции, 6% респондентов привлекает исключительно обслуживание. Потребителей которых привлекали бы только «бонусы» в виде скидок и возможность покупки в кредит не нашлось, что говорит о том, что данная организация зарекомендовала свою продукцию довольно высоко, а так же подтверждает тот факт, что люди чаще выбирают качество продукции, нежели его стоимость. Подтверждением того, что покупателей удовлетворяет качество продукции данной фирмы, служат ответы на вопрос об удовлетворенности качеством продукции ООО «Кубанская Кормилица»: 69% опрошенных клиентов «удовлетворены» качеством продукции ООО «Кубанская Кормилица», 23% респондентов «скорее удовлетворены чем, нет», и лишь 8% опрошенных клиентов затруднились с ответом. Подтверждение доверия качеству продукции ООО «Кубанская Кормилица», выразили 100% опрошенных клиентов.

Определяя степень информированности клиентов о таком инструменте воздействия на потребительское поведение как возможность покупки в кредит, выявили, что 18% респондентов о данной возможности не знают, 9% опрошенных затруднились ответить. Можно сделать вывод, что организация не информирует всех своих потребителей о данных «бонусах» в целях привлечения клиентов, либо делает это, но не систематически. Так, как возможность покупки в кредит, является одним из важных инструментов воздействия на потребителя, то не удивительно что 100% респондентов, считают что данная услуга нужна.

Интересными оказались данные о логотипе ООО «Кубанская Кормилица». Большинство (87%) респондентов, знают о существовании личного логотипа организации, 13% респондентов его никогда не видели. Логотип организации является запоминающимся в сознании потребителей, что положительно влияет на спрос. В случае, если клиенту понравилась продукция, ему будет легче распознать её на рынке. Но на открытый вопрос «Что изображено на логотипе ООО «Кубанская Кормилица»?» были получены, несколько противоположные ответы: «птица», «голубь», «птица с колосом в клюве», «дельфин». Ответы «птица», «голубь» и т.д. являются практически одинаковыми, так как у них схожая смысловая основа, но ответ «дельфин», который был дан неоднократно, говорит о том, что логотип компании хоть и является запоминающимся, но практически не идентифицирующимся покупателем. По данному поводу можно сделать вывод, что логотип организации необходимо проработать тщательнее.

В опросный лист был включен и вопрос об участии ООО «Кубанская Кормилица» в благотворительной деятельности. 53% клиентов, отвечающих на этот вопрос, знают о том, что ООО «Кубанская Кормилица» участвует в благотворительной деятельности, 47% респондентов об этой стороне деятельности организации не знают.

Итак, инструментами воздействия организации на потребительское поведение являются: «образ бренда»; участие в благотворительности; наличие скидок; возможность продажи товара в кредит. Так как, именно посредством данных инструментов формируется образ организации, уровень доверия к выпускаемой продукции, устанавливаются прочные деловые связи.

МИФ КАК ЭЛЕМЕНТ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ЛУКОЙЛ-ЮГНЕФТЕПРОДУКТ»)

Иванчикова А.В. – студент, Муха В.Н. – к.соц.н., доцент
Кубанский государственный технологический университет (г. Краснодар)

В настоящее время при изучении организации особое внимание уделяется организационной культуре, поскольку с ее помощью происходит сплочение коллектива, организационная социализация работников, формирование идеологии, символики, традиций, обрядов и мифологии организации. Совокупность этих элементов напрямую связана с эффективной деятельностью организации. В данный момент существует тенденция к рационализации всех сфер жизнедеятельности, включая жизнедеятельность организации. Таким образом, имеет место парадокс: при всеобщем стремлении к рациональности существуют архаичные иррациональные элементы, являющиеся составной частью любой организации и ее культуры, такие как мифология, традиции и обряды. И если традиции и обычаи являются неотъемлемой частью человеческой жизни, то мифология ассоциируется с античностью и пережитками прошлого. Конечно, в современной организации миф не рассматривается как повествование о «богах» и прочих необъяснимых явлениях, а носит характер историй, передающихся работниками, например, о превосходстве какой-либо технологии или поведения. В большинстве случаев данные рассказы становятся основой для принятия решений, что и отождествляет их с первоначальными мифами. Таким образом, миф является особенностью организационной культуры, которая непосредственно влияет на деятельность организации. Именно поэтому актуальным становится изучение мифов в организации и их воздействия как на организационную культуру, так и на организацию в целом.

В процессе выполнения работы были поставлены следующие задачи: изучить теоретические аспекты понятия организационная культура; рассмотреть миф как социальный феномен; рассмотреть понятие мифа в контексте организационной культуры. Научная новизна определяется тем, что данное исследование впервые рассматривает миф как элемент организационной культуры на примере ООО «Лукойл-Югнефтепродукт».

Необходимо остановиться на функциях, выполняемых мифами в контексте организации. М.В. Павенкова в статье «Функции внутриорганизационных мифов» выделяет три основные функции, выполняемые мифами в организации: «мифы настраивают на успех, удерживают ситуацию в равновесии и объясняют причины поражения»[1]. Основной из них автор выделяет функцию ориентации на успех организации. Главный миф, ориентирующий на эффективную деятельность – «Все в наших руках». Вторая функция мифов, по Павенковой, выполняется в период стабильного развития организации, когда «истории о боевом прошлом руководителей организации» передаются новым поколениям работников, с целью поучения. И последняя указанная функция – функция объяснения поражения – проявляется в объяснении причин неудач и логической связке этих причин с поиском путей переустройства и обновления. Таким образом, мифы в организации в основном представляют собой скрытые «рычаги воздействия» на работников организации и появляются по большей части не стихийно, а целенаправленно как элемент управления. Однако не все мифы могут носить положительный характер, иногда появляются мифы, не только не способствующие управлению, но и в большей степени, мешающие его осуществлению.

Организационная культура – понятие абстрактное, ее изучение предполагает анализ составляющих культуру элементов. Эти элементы сгруппированы в три уровня:

поверхностный, подповерхностный и глубинный В рамках данного исследования эти уровни выделялись в организационной культуре ООО «Лукойл-Югнефтепродукт». В исследовании было задействовано 20 респондентов, являющихся сотрудниками учебного отдела данной организации. Поверхностный, или символический, уровень организационной культуры – это все что можно наблюдать в организации. В ООО «Лукойл-Югнефтепродукт» данный уровень высоко развит. Это находит подтверждение в социальной политике организации. В Социальном кодексе ООО присутствуют положения о «заботе» организации о своих сотрудниках от оснащения рабочих мест всем необходимым, до заботы о здоровье работников (организация спартакиад и др.). Для изучения действия прописанных положений респондентам были заданы вопросы по каждому элементу, составляющему символический уровень. После анализа и обобщения данных исследуемых индикаторов поверхностного уровня становится очевидным, что этот уровень организационной культуры в ООО «Лукойл-Югнефтепродукт» высоко развит. Это значит, что данная организация уделяет большое внимание именно внешним проявлениям организационной культуры, закрепляя некоторые положения во внутренних документах и стараясь поддерживать соответствие между «словом и делом».

Следующим уровнем организационной культуры является подповерхностный. Его изучение сложнее, чем изучение поверхностного уровня, поскольку его индикаторы не поддаются визуальному восприятию. В качестве изучаемых индикаторов данного уровня были выбраны символы организации, а именно логотип, и присущие организации традиции. По результатам анализа полученных при анкетировании данных был сделан вывод что подповерхностный уровень так же ярко выражен в данной организации. Однако, если на поверхностный уровень может повлиять руководство организации, то данный уровень формируется исключительно самими сотрудниками.

Последний и самый сложно поддающийся изучению уровень – глубинный – связан с философией организации, ее стереотипами, убеждениями и мифами. Данный уровень влияет на деятельность организации не в меньшей степени, чем первые два. Наличие элементов его крайне сложно выявить, поэтому для его изучения использовались шкальные вопросы с суждениями об организации.

Для изучения философии фирмы был использован ряд суждений об организации. Респондентам было необходимо либо согласиться с каждым из суждений, либо опровергнуть. Таким образом, путем обработки, были получены результаты, исходя из которых, очевидно, что в ООО «Лукойл-Югнефтепродукт» главными ценностями являются коллектив и каждый сотрудник. В этом контексте прослеживается отношение руководства к подчиненным. Работники считают себя частью «большого механизма», в котором важен каждый, они отождествляются с организацией, что положительно сказывается на их работе. Такая организационная философия является одним из факторов успешного и стабильного состояния организации на рынке. Об этом говорит и история развития ООО «Лукойл-Югнефтепродукт»: при основании в штате состояло 448 человек, а в настоящее время числится около 3000. За 12 лет существования филиала численность работников увеличилась более, чем в 6 раз.

Мифы в организации являются неотъемлемой ее частью. О.В. Лаврова называет эту составляющую «бессознательным организации» [2]. Для выявления мифов в ООО «Лукойл-Югнефтепродукт» использовались шкальные вопросы. Суждения в шкалах необходимо было оценить по пятибалльной шкале, определяющей степень отношения данного суждения к организации. Респонденты практически единогласно отметили такие суждения, как «В нашей компании работают высококвалифицированные специалисты» – 4,5 баллов и «Нашей компанией руководит лучший из лучших» – 4,5 баллов. Данные суждения сочетаются с миссией и самоопределением организации. Выявленные мифы свидетельствуют о сплоченности коллектива, о статусе самой организации и о том, что сотрудники ассоциируют себя как с самой организацией, так и с ее статусом. Можно говорить о том, что данные мифы сформированы внешней средой и PR-компаниях, проводимых руководством. В

этой связи можно отметить, что у сотрудников данный миф служит одним из стимулов работы в компании.

Следующими высокооцененными суждениями выступают: «Продукты, выпускаемые нашей компанией, пользуются спросом по всему миру» – 4,3 балла и «Выпускаемые нашей компанией продукты не имеют равных» – 4,3 балла. Эти мифы близки предыдущим по форме образования. На их «рождение» оказало влияние внешней среды, а именно рекламные акции, СМИ и PR-компании. Здесь данный факт явно прослеживается, т.к. респонденты являются работниками по большей части управленческого, а не технологического звена и они не могут знать технических характеристик выпускаемого продукта.

На суждение «Среди менеджеров есть лидеры по «силе» и по «уму», а «нравственным» лидером является только директор», оцененное в общей сложности в 4 балла, по большому счету, сыграл фактор социальной желательности. Однако если сопоставить данное суждение с еще более высоко оцененным «Нашей компанией руководит лучший из лучших», то можно судить о таком отношении к руководству из-за правильно продуманной социальной политики, закрепленной в Социальном кодексе. Но с учетом низко оцененного суждения «Руководство заботится о благосостоянии и удовлетворенности каждого сотрудника» – 3 балла, становится очевидным, что высокую оценку данные суждения приобрели с учетом фактора социальной желательности.

Высокие оценки получила еще одна группа суждений: «Компания процветает благодаря креативности и новаторству» – 4,1 балла и «Наша компания сильна, у нее нет конкурентов» – 3,7 баллов. Данные мифы положительно влияют на сотрудников, т.к. являются стимулом привнесения новаторских идей в работу и способствуют снижению текучести кадров, т.к. работа в стабильной компании мотивирует работников. Самым низкооцененным суждением стало «В этой компании нет ни до кого дела: здесь не ценят никого, кроме директора» – 2,1 балла, так же вследствие влияния фактора социальной желательности.

Подводя итог, можно разделить выявленные организационные мифы в три группы. Первая группа мифов относится к мифам, образованным специально для мотивации работников руководством компании. Эти мифы становятся стимулом не только для работников компании, но и для соискателей должности. Вторая группа мифов касается продуктов, выпускаемых компанией. Эти мифы так же были сформированы целенаправленно для мотивации уже работающих сотрудников, а так же для привлечения новых кадров, что благотворно отражается на развитии компании. Третья группа мифов касается руководства компании. На оценку респондентов этих мифов повлиял фактор социальной желательности, т.к. наряду с положительными мифами о руководстве респондентам предлагалось оценить отрицательные мифы, тем самым проверялась достоверность ответов респондентов. Так же абсолютно все опрошенные ответили положительно на вопрос о наличии в организации выдающихся личностей, которые либо работают сейчас, либо работали раньше. После этого был задан открытый вопрос о качествах, которыми эта личность обладала. По результатам ответов было выявлено, что эти качества: целеустремленность, порядочность, доброта, отзывчивость, человечность, профессионализм, коммуникабельность. Таким образом, при анализе данных качеств можно говорить о том, что они являются ценностями организации. Что сотрудники, желающие добиться успеха, в своих поступках должны руководствоваться именно этими качествами.

Можно отметить, что в ООО «Лукойл-Югнефтепродукт» высоко развита организационная культура. Она закреплена не только в Коллективном договоре и Социальном кодексе предприятия, но и на деле проводится политика руководства в сфере поверхностного уровня организационной культуры. Остальные два уровня организационной культуры так же были выявлены, но они зависят не только от политики управления персоналом, а также от самих работников и внешней среды. Все уровни организационной культуры сбалансированы: рациональные проявления с иррациональными. Иррациональные проявления организационной культуры присутствуют так же явно, как и рациональные. Они

выполняют функции мотивации, стимулирования сотрудников, а так же социализации в организации и регулирования поведения персонала.

Литература:

Павенкова М. Функции внутриорганизационных мифов // Персонал Микс.– 2001. – №6.

Лаврова, О.В. Бессознательное в организации // Менеджмент в России и за рубежом. – 2010. – №2.– С.131-139

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА И ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ: ПРОБЛЕМА ВЛИЯНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО «БДМ – АГРО»)

Самсонкина Е.А. – студент, Муха В.Н. – к.соц.н., доцент
Кубанский государственный технологический университет (г. Краснодар)

Актуальность данной темы заключается в том, что в современном мире постоянно появляются новые предприятия, организации различные по своим параметрам. Каждая организация представляет собой сложный многофункциональный механизм, важным компонентом которого является эффективность. Источники организационной эффективности представляют собой сложное взаимодействие организационной и групповой эффективности. На основе этого взаимодействия в организации формируется определенная культура, которая в свою очередь тоже является источником эффективности организации.

Задачи исследования: изучить теоретические аспекты анализа организационной культуры; выявить тип организационной культуры фирмы ООО «БДМ – Агро»; рассмотреть влияние выявленного типа культуры на эффективность организации ООО «БДМ – Агро».

Организационная культура, представляет сложный комплекс норм, ценностей, правил поведения, существующих в организации. Организационная культура выполняет ряд функций: охранная функция: создание барьера, отражающего нежелательные воздействия извне. Реализуется через ограничивающие нормы, запреты. Интегрирующая (объединяющая) функция: формирование у работников чувства единства, принадлежности к предприятию, гордости за него. Регулирующая функция, поддерживающая необходимые правила, нормы поведения работников, взаимоотношения. Это гарантия организационной стабильности, снижается степень конфликтности. Адаптивная функция, облегчающая приспособление людей друг к другу и к организации. Ориентирующая функция: направляет деятельность организации, участников в необходимое русло, а мотивационная создает для этого необходимые условия.

Выполняя различные функции, культура способствует адаптации персонала, ориентирует персонал на достижение поставленных организационных задач. Кроме этого в зависимости от типа организационная культура может оказывать влияние на эффективность организации: если в организации существует сплоченный коллектив, готовый решать поставленные руководством задачи, двигаться к намеченным целям, т.е. преобладает коллективистский тип культуры, то деятельность организации будет эффективна. Если же организация характеризуется индивидуалистским типом культуры, то персонал такой организации ориентирован на удовлетворение только своих потребностей, личных интересов: организационная деятельность не будет характеризоваться эффективной работой. Таким образом, культура является не просто элементом организации, но и важным условием успешной деятельности организации в современных рыночных условиях. В целом организационная культура, создавая обстановку, которая способствует повышению производительности труда и внедрению нового, может влиять на организационную эффективность.

В организации ООО «БДМ – Агро» в 2011 году было проведено социологическое исследование методом анкетирования, проведен психологический тест Белбина, проанализирована пояснительная записка к бухгалтерскому отчету за 2009 год.

На первоначальном этапе исследования был проведен социологический опрос методом анкетирования. Результаты опроса показали, что руководство организации принимает

определенные меры по формированию сплоченного коллектива: налажена система коммуникации (21%), хорошее техническое обеспечение (23%), проводятся групповые занятия, ориентированные на сплочение коллектива (26%), практикуется делегирование полномочий на нижние эшелоны управления (14%). Таким образом, сотрудники могут свободно контактировать друг с другом, в том числе при обсуждении очередных проектов или при выборе средств для достижения целей, поставленных руководством. Важный пункт, который выбрали опрошенные – это проведение групповых занятий, ориентированных на формирование сплоченного коллектива, т.е. руководство целенаправленно приглашает специалистов, которые проводят тренинги с сотрудниками, ориентирующие их на работу в коллективе. Можно сказать, что данные меры эффективны, т.к. 64% работников считают, что работают в сплоченном коллективе. Сплоченный коллектив способен к эффективной работе: усилия всех членов команды ориентированы на достижение организационных целей. Деятельность в коллективе позволяет мобилизовать все возможности для решения поставленных задач. Когда сотрудники работают в группе или в коллективе, они удовлетворяют свои потребности, могут повышать творческий потенциал, приобретать нарастающий опыт, повышать свою активность, развивать способности. Это ведет к повышению эффективности их трудовой деятельности, а значит и к повышению эффективности работы группы и организации.

Далее респондентам предлагалось выбрать традиции, присущие их организации. Больше половины опрошенных (66%) выбрали традиции связанные с организацией общественного питания. В офисе организации налажена система питания: имеется современное столовое помещение, которое сотрудники посещают, например, во время обеденного перерыва, также в организации существуют традиции, связанные изменениями в должности (19%), проводятся корпоративные вечера (23%), т.е. работники не только работают вместе, но и отдыхают совместно.

Единство организационных и личных целей – важное условие интеграции, у 53% работников личные цели совпадают с организационными. Это еще один признак коллективистского типа культуры: цели и задачи организации не идут вразрез с личными.

Следующий вопрос, заданный респондентам, показал, что 49% работников используют в повседневном общении «фирменные» выражения, термины. Наиболее сильное отождествление работника с организацией происходит с помощью языка. Использование в повседневном общении слов, понятных только работникам данной организации говорит о том, что работники отождествляют себя с организацией, благодаря отождествлению работник присоединяется, вливается в организацию. В результате деятельности руководства в области организационной культуры, работники осознают, что эффективность деятельности организации зависит, прежде всего, от вклада всего коллектива – 61% опрошенных подтвердили это.

Также для наиболее точного определения типа организационной культуры был проведен психологический тест Белбина. Этот тест характеризует отдельного работника как члена команды, коллектива, показывает, что отдельный работник может предложить команде, и интересна ли для него работа в коллективе. Тип культуры будет зависеть от комбинации этих ролей в коллективе. Для коллективистского типа характерно большее количество реализаторов и исполнителей, т.к. если работа протекает в основном в коллективе, то большинство работников, должны исполнять и реализовывать проекты.

В результате этого теста было установлено, что в организации ООО «БДМ – Агро»: 29% сотрудников – исполнители, 19% сотрудников – реализаторы, 9% – координаторы, 8% – творцы, 11% – генераторы идей, 8% – исследователи, 7% – эксперты, 5% – дипломаты, 4% – специалисты. То есть большинство сотрудников являются исполнителями и реализаторами, все остальные роли находятся в нормальном, оптимальном соотношении, характерном для коллективистского типа работы.

Таким образом, в результате проведенного анкетирования и психологического теста Белбина было установлено, что в организации ООО «БДМ – Агро» преобладает

коллективистский тип культуры. Важной характеристикой которого является забота руководства о персонале. В организации принимается комплекс мер, направленных на формирование сплоченного коллектива, приглашаются специалисты, для проведения тренингов с персоналом, налажена система коммуникации, хорошее техническое обеспечение работников, организовано место для питания, практикуется участие в управлении организацией различных отделов. Также, отдельным категориям работников (слесарь по уборке металлоконструкций, стропальщик, оператор автоматизации и др.) выдается специальная одежда, выдаются обезвреживающие и смывающие средства. В главном офисе есть стенд, где размещены награды, медали организации, коллективные фотографии сотрудников, доска почета, есть комната отдыха, зал заседаний.

Более половины работников считают, что работают в сплоченном коллективе, успех организации зависит от вклада всего коллектива. Имеет место отождествление работников с организацией, для большинства работников личные цели не идут в разрез с организационными. Это в свою очередь ведет к тому, что работники решая поставленные руководством задачи способны повышать и личный престиж. Организационные нормы соблюдает большинство работников. Несмотря на молодой возраст, компания имеет определенный набор ценностей, проводятся корпоративные вечера, где сотрудники отдыхают все вместе. Кроме того, большинство сотрудников (64%) работают в организации с момента ее основания. Налажена система выплат премий за эффективную трудовую деятельность.

Для определения влияния типа культуры на организационную эффективность была проанализирована пояснительная записка к бухгалтерскому отчету за 2009 год.

По качественному признаку обобщены важнейшие показатели финансового положения (по состоянию на последний день декабря 2009 г.) и результаты деятельности ООО «БДМ-Агро» за анализируемый период. Приведенные ниже показатели финансового положения и результатов деятельности организации имеют исключительно хорошие значения: положительная динамика изменения собственного капитала ООО «БДМ-Агро»; чистые активы превышают уставный капитал, при этом за 2009 г. наблюдалось увеличение чистых активов; нормальная структура баланса с точки зрения платежеспособности; за отчетный период получена прибыль от продаж (286048 тыс. руб.), более того наблюдалась положительная динамика по сравнению с прошлым периодом (+34535 тыс. руб.); прибыль от финансово-хозяйственной деятельности составила 233797 тыс. руб. (+32050 тыс. руб. по сравнению с аналогичным периодом 2008 г.).

Таким образом, предприятие ООО «БДМ-Агро» характеризуется эффективной работой. Эффективность – это сложное явление, на которое влияют различные факторы: экономические, политические, социальные и другие. Определенную роль в повышении организационной эффективности играет коллективистский тип культуры, т.к. организационная деятельность представляет сложный технический и технологический процесс, требующий от персонала совместных коллективных усилий и затрат, и грамотную управленческую деятельность – от руководства, в том числе и в рамках организационной культуры. Для более успешной деятельности руководству фирмы необходимо и дальше формировать у персонала командный дух, не допускать конфликтных ситуаций, которые могут ухудшить эмоциональную атмосферу в коллективе, привести к нарушению командной деятельности, строить деятельность организации с учетом коллективистского типа культуры, с помощью которого можно повышать эффективность организационной деятельности.