

проекта - формирование и обучение профессиональной элиты среди молодежи города, способной осуществлять эффективное экономическое развитие территории ЗАТО Большой Камень с привлечением малого и среднего бизнеса. Сегодня Центр содействия молодёжному предпринимательству и самозанятости проводит регулярные занятия среди молодёжи города Большой Камень.

Одним из немаловажных условий развития Центра содействия молодёжному предпринимательству и самозанятости является формирование его информационного пространства. В 2008 году был создан информационный сайт Центра (<http://in-business.moy.su>). Первоначальная цель его создания - информирование жителей города Большой Камень об итогах деятельности Центра.

Однако в рамках глобализации информационного пространства узконаправленная цель существования сайта изжила себя. Ввиду перспектив развития Центра основная идея данного информационного ресурса – позиционирование себя в рамках глобального пространства. Таким образом, возникает необходимость в определении методов оптимизации и продвижения сайта для выхода на совершенно иной уровень существования, за счёт чего должна быть повышена посещаемость ресурса, а значит, обеспечен приток заинтересованной молодёжи в Центр содействия.

Рост электронного бизнеса и электронной коммерции стали основой для появления Интернет - маркетинга, который определяет мероприятия, направленные на увеличение посещаемости информационных ресурсов. К основным преимуществам Интернет-маркетинга по сравнению с офф-лайнвыми средствами маркетинга относятся: широчайший охват целевой аудитории (глобализация рынка), персонализация взаимодействия с клиентами, снижение транзакционных издержек.

Именно продвижение сайта в поисковых системах является необходимым условием для достижения эффективного взаимодействия с целевой аудиторией, так как поисковые системы и тематические каталоги являются основными каналами, по которым целевые посетители попадают на сайт.

Для достижения глобальной цели существования информационного ресурса Центра необходимо организовать продвижение сайта в поисковых системах, что включает в себя: раскрутку сайта (наращивание ссылочной базы), оптимизацию сайта под поисковые системы, рекламу в Интернете, проведение опросов, поддержку общения с целевой аудиторией (организация эффективной обратной связи, оперативное изучение их потребностей), поисковую оптимизацию и мониторинг эффективности его функционирования, изменение маркетинговых планов в соответствии с меняющейся ситуацией.

Таким образом, активизация работы в области Интернет – маркетинга может быть одной из составляющих молодёжного творчества и является основой для формирования благоприятной среды развития малого и среднего бизнеса, на что сегодня делается ставка в развитии экономики ГО ЗАТО Большой Камень.

Андрюхина Т.В., Ким Ю.С., Трубников Ю.Г., Смирнова М.С.

КОНЦЕПЦИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОКЕАНИЧЕСКОГО МАШИНОСТРОЕНИЯ

Концепция совершенствования производства предприятий океанического машиностроения один из старых подходов, которым руководствовались и пользовались производители, которые должны сосредоточить свои усилия на повышении эффективности распределения продукции.

Совершенствование производства - основной смысл этой концепции. Он заключается в утверждении того, что потребители будут покупать только те товары, которые широко распространены и которые по цене им вполне доступны. Следовательно, лица, принимающие решения должны направить свои усилия в первую очередь на совершенствование производства и затем, на повышение эффективности системы распределения.

Концепция совершенствования производства актуальна в двух случаях. Первый – когда спрос на товар превышает предложение. Здесь руководство должно искать способы увеличения

объемов производства. Второй случай – когда себестоимость товара слишком высока и повышение производительности помогает её снизить.

Основным звеном национальной экономики являются предприятия, от экономического поведения которых существенным образом зависит эффективность её функционирования. Поэтому действенность мер, направленных на обновление и реструктуризацию основных производственных фондов, зависит от того, насколько хорошо они стимулируют развитие этого процесса непосредственно на предприятиях.

Амортизационная, кредитная и налоговая политика, при условии их оптимального проведения, направлена (в контексте рассматриваемой проблемы) на стимулирование эффективного обновления основных производственных фондов предприятиями-пользователями. Они являются инструментом воздействия на предприятия, являющиеся потребителями основных производственных фондов.

Однако успешность воздействия на процесс воспроизводства основных производственных фондов в масштабах отрасли, региона, национальной экономики в целом требует стимулирования действий не только потребителей воспроизводства основных производственных фондов, но и их производителей. Это необходимо для управления инфраструктурой национальной экономики, поддержания рационального соотношения между отраслями, воспроизводящими основные производственные фонды.

В настоящее время каждое отечественное предприятие - потребитель основных производственных фондов может разнообразными способами совершенствовать свою производственно-техническую базу. К ним относятся, прежде всего традиционные способы - реновация, модернизация, капитальный ремонт. Широкое распространение в отечественной практике управления получили и нетрадиционные способы - аренда и лизинг.

Выбор предприятием того или иного способа совершенствования своей производственно-технической базы или же их сочетания зависит от следующих факторов:

- объективно существующих возможностей обновления основных производственных фондов;
- наличия у предприятия-потребителя основных производственных фондов информации о возможностях совершенствования своей производственно-технической базы;
- отраслевой специфики;
- конкретных условий производственно-хозяйственной деятельности предприятия;
- эффективности использования в конкретных условиях производственно-хозяйственной деятельности различных способов совершенствования производственно-технической базы.

Наличие перечисленных факторов существенным образом определяются экономическим поведением предприятий, занимающихся воспроизводством (простым и расширенным) основных производственных фондов. В свою очередь, экономическое поведение таких предприятий диктуется не только мерами воздействия со стороны государства, но и необходимостью обеспечить достаточно эффективное их функционирование, определенную степень финансовой устойчивости в сложившихся условиях хозяйствования.

Широкое использование в настоящее время отечественными предприятиями аренды и лизинга у зарубежных партнеров в качестве способа совершенствования своей производственно-технической базы имеет как позитивные, так и негативные последствия. С одной стороны, они дают возможность предприятиям достаточно быстро и при сравнительно невысоких затратах совершенствовать структуру основных производственных фондов и производственных мощностей. С другой - это способствует свертыванию деятельности предприятий, производящих средства производства. Последнее может привести к ситуации, когда развитие многих отраслей отечественной экономики будет поставлено напрямую зависимость от импорта средств производства. Решение этой проблемы опять же требует действенного вмешательства со стороны государства.

Ещё одним фактором, отражающим современную специфику воспроизводства основных фондов промышленных предприятий, является свобода выбора предприятием не только способа реструктуризации производственно-технической базы, но и предприятия-партнера, занимающегося воспроизводством основных фондов. Значительная часть предприятий в настоящее время ориентирована на традиционных партнеров.

Без изменения сложившегося положения в экономике страны невозможно эффективное развитие процесса обновления основных производственных фондов. Для повышения эффективности

функционирования отраслей, занимающихся воспроизводством основных производственных фондов, необходимо естественным образом способствовать закрытию убыточных предприятий и развитию эффективно функционирующих. С этой целью целесообразно стимулировать развитие конкуренции среди предприятий-производителей основных производственных фондов, способствовать расширению и стабилизации связей с предприятиями, потребляющими их продукцию и услуги.

В определенной степени идеи, близкие к идеям маркетинга средств производства, развивались в отечественной литературе в связи с вопросами реконструкции и модернизации технических средств, однако эти разработки в части маркетинга носили частный характер, что объяснялось, прежде всего, спецификой организации управления народным хозяйством страны.

Следующий подход, которым руководствуется производитель – концепция совершенствования товара. Сторонники ее утверждают, что потребители отдают предпочтение продукции с наивысшими качественными характеристиками, лучшими эксплуатационными свойствами, обладающими безопасными и долгосрочными качествами управления, обслуживания и ремонта, и, следовательно, организация должна сосредоточить свое производство на постоянное совершенствование и повышение технического уровня продукции.

Следовательно, компания должна всю энергию направлять на непрерывное совершенствование своей продукции. Есть производители, уверенные в том, что, если им удастся создать идеальную мышеловку, весь мир будет стоять в очереди за их товаром. Но практика показывает, что они жестоко ошибаются. Возможно, покупателей действительно интересуют прогрессивные методы уничтожения грызунов, но кто сказал, что им нужна непременно мышеловка? Может быть, клиенты предпочитают химические препараты или иные средства. Мало того – даже самая лучшая мышеловка не будет продаваться, если её дизайн, упаковка и цена не покажутся покупателям привлекательными; если эти мышеловки не будут распространяться по самым эффективным каналам; если к ним не привлечь внимание тех людей, которым может понадобиться мышеловка; если не убедить покупателя, что данная мышеловка – лучший товар такого типа. Ориентация на товар обеспечивает постоянное обновление технологий, потому что менеджеры убеждены, что именно технологическое превосходство лежит в основе успеха в бизнесе.

К сожалению, концепция улучшения товара оборачивается порой “маркетинговой близорукостью”. Например, железнодорожные компании в свое время пострадали от заблуждения, что потребителю нужны поезда, а не средство передвижения, и не заметили возросшей конкуренции со стороны самолетов, автобусов, грузовых и легковых автомобилей. Производство больших и лучших поездов не приведет к удовлетворению потребительского спроса на перевозки, но развитие нового вида перевозок и расширение предложения помогут этого добиться.

В рыночной системе хозяйствования (если в наших условиях можно назвать такое состояние рынком) конкуренция занимает особое место для производителя продукции и оказываемых ремонтных услуг.

Порожденный конкуренцией *маркетинг* как наука и искусство постоянно адаптируется ко всем изменениям не управляемым предприятием внешних факторов, но и управляемым – внутренним. И чем активней конкуренция на рынке технических средств, тем сложнее обстановка для практической деятельности маркетинга на предприятиях с длительным технологическим циклом производства.

Как правило, конкурентная борьба начинается с точного и квалифицированного разделения наукоемкого рынка. В этом процессе важно выделить своего потребителя (или выиграть тендер) и тем самым наверняка, определив клиентов, более экономно и рационально распределить свои силы в этой нелегкой борьбе. Но независимо от этого необходимо иметь достоверные сведения о конкурирующих технических средствах освоения океана, стратегии их производителей, что в свою очередь обусловит появление дополнительных функций маркетинговой деятельности – слежение за конкурентами и решение ряда задач, таких как:

- выявление конкурирующих технических средств и предоставляемых услуг по основной производственной деятельности;
- определение настоящих и потенциальных более совершенных технических средств;
- выявление при анализе технико-экономических показателей производственной деятельности конкурирующей фирмы и новой продукции;
- постоянное исследование тактико-технических данных (ТТД) продукции и ее преимуществ с целью выявления сильных и слабых сторон;

▪ анализ и прогноз стратегии развития конкурирующей фирмы (фирм) и производство ее продукции.

Весь процесс конкуренции в настоящее время, как правило, сводится к разграничению и рассмотрению с позиций стоимостной и материально-вещественной характеристик, проводимых маркетинговыми службами или фирмой в целом.

С одной стороны, из-за высокой себестоимости технических средств, изготавливаемых (строящихся) предприятием, и оказания услуг (низкая производительность труда и производства, дороговизна материально-технических ресурсов, тяжелое бремя законодательной базы для производителя и т.д.) формируется соответственно и отпускная цена, не способствующая противостоянию конкурентам, или не выдерживающая конкурентной борьбы. *С другой стороны*, это противостояние ведется на уровне сравнения совершенствованных тактико-технических данных (ТТД) строящихся и сдающихся различных технических средств. В этих условиях преимущество ТТД продукции и обеспечивает ее конкурентоспособность на рынке основных производственных фондов для потребителя.

Участие в сложной и затратной конкурентной борьбе требует обладания определенной информацией, и чем она объемнее, тем значительнее затраты несет маркетинговая служба предприятия (объединения) в целом. А для этого необходимо изучить:

▪ собственный рынок, его возможности, емкость зарубежных и отечественных потребителей, оперирующих на нем;

▪ состояние ценовой политики и сроков дисциплины исполнения контрактов и заказов, а также другой информации, которая даст возможность решать проблемы строительства и поставки технических средств освоения ресурсов океана по всем его направлениям потребителями.

Все это должно обеспечить рациональное проектирование и совершенствование организационных структур управления и производства, создание новых систем, форм и структур, обеспечивающих управление прогрессивными технологическими процессами строительства и сооружения особенно сложных плавучих технических средств, оснащенных электронной техникой и автоматикой, предназначенных для освоения ресурсов океана по всем его направлениям. Это одно из основных направлений сокращения используемых трудовых ресурсов, дефицитных для региона как при строительстве, так и при эксплуатации техники (в т.ч. вахтенным методом). Это, в свою очередь, обеспечит повышение оперативности принимаемых решений и производительности труда административно-управленческого аппарата (а также менеджеров всех уровней) путем разделения и специализации его функций, ликвидации потерь рабочего времени и широкого внедрения совершенной вычислительной техники, механизации производственных процессов, особенно за счет малой механизации и автоматизации операций технологических процессов производства в системе АСУП.

В целях совершенствования *организации* производства по ранее действующим классическим методикам, которые и в настоящее время применимы, следует предусмотреть мероприятия, обеспечивающие повышение уровня концентрации, специализации и комбинирования производства с точки зрения его эффективности и развития целесообразного кооперирования, которое включает в отрасли несколько десятков тысяч поставок материально-технических комплектующих ресурсов. Эти мероприятия, ранее действующие в полной мере, в настоящее время перешли в сложные, проблемные из-за нарушения и, в большей мере, развала в прошлом налаженных территориальных и межотраслевых связей. Особенно это относится к предприятиям океанического машиностроения, в основном задействованных в военно-промышленных комплексах.

Экономия общественного труда, эффективное использование *трудовых ресурсов* составляют одну из важнейших задач проблемы совершенствования организационных структур управления в отрасли и на предприятиях. Правильная оценка обеспеченности предприятия рабочей силой дает возможность осуществления рациональной занятости. Она позволяет установить наиболее действенное, соответствующее затраченному труду, материальное поощрение, выявить имеющиеся резервы, которые не были учтены плановым заданием, определить степень выполнения заданий и на этой основе определять новые задания, ориентировать трудовые коллективы на принятие более напряженных планов. Таким образом, труд в торговле, как и в других отраслях народного хозяйства имеет большое значение для экономики страны и является производительным. Поэтому для

повышения его эффективности требуется совершенствование организации торгового процесса, а также улучшение организации и обслуживания рабочих мест.

В связи с этим планы по труду, определяющие количественные пропорции основной производительной системы общества, имеют первостепенные значения среди других разделов, как народно-хозяйственных программ, так и планов отрасли океанического машиностроения, комплексов, объединений и предприятий. Планы по труду определяют такие показатели, как производительность труда, численность персонала, фонд заработной платы и размер средней зарплаты работающих. Показатели плана по труду тесно взаимосвязаны и оказывают влияние на другие разделы плана: производственную программу, план по себестоимости продукции и услуг, прибыли и рентабельности производства, а также соотношения темпов роста между этими показателями.

Бутова О.Р.

ПРИМЕНЕНИЕ МУЛЬТИМЕДИА В ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТА

В современной динамично развивающейся отечественной системе образования, в условиях непрерывного увеличения потока информации, все более значимыми становятся процессы информатизации и компьютеризации. Одним из важнейших направлений такой интеграции является применение мультимедиа.

Существует два определения термина «мультимедиа»:

1. Мультимедиа (английский multimedia от латинского multum – много и medium – средства) - комплекс аппаратных и программных средств, позволяющих пользователю работать в диалоговом режиме с разнородными данными (графики, тексты, звук, видео), организованными в виде единой информационной среды.

2. Мультимедиа (multimedia) – это интерактивные (диалоговые системы), обеспечивающие работы с неподвижными изображениями и движущимися видео, анимированной компьютерной графикой и текстом, речью и высококачественным звуком, т.е. это сумма технологий, позволяющий компьютеру вводить, обрабатывать, хранить, передавать и отображать такие типы данных, как текст, графики, анимация, оцифрованные неподвижные изображения.

В учебной деятельности применение компьютера возможно:

- машина как тренажер;
- устройство, моделирующее определенную среду и действия специалистов в ней.

Можно отметить метод проектов как наиболее перспективную технологию, которая позволяет раскрыть наиболее полно творческие способности студента, сформировать умение ориентироваться в огромном море информации, акцентируя внимание на главном. Работая с мультимедиа инструментарием студенты получают в распоряжение богатейший арсенал для самовыражения изучаемого материала.

Филиал ДВГТУ в г. Большой Камень, среди прочих специальностей высшего и среднего профессионального образования, готовит выпускников по специальности 080110 Экономика и бухгалтерский учет.

Формирование государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ГОС СПО) по специальности предполагает выполнение и защиту комплексной курсовой работы с использованием мультимедийной презентации по дисциплинам бухгалтерский учет и анализ финансово-хозяйственной деятельности.

Курсовая работа выполняется после прохождения студентами технологической практики и является наиболее эффективным средством углубления теоретических и практических знаний, полученных при изучении курса. Способ предоставления результатов по курсовой работе является её презентация.

Компьютерная презентация, сопровождающаяся выступлением докладчика, подготавливается в программе MS Power Point. Презентация как документ представляет собой последовательность сменяющих друг друга слайдов – то есть электронных страничек, занимающих экран телевизора.

На первый слайд выносится тема курсовой работы.