

VI Всероссийская научно-практическая конференция для студентов и учащейся молодежи
«Прогрессивные технологии и экономика в машиностроении»

Совместные покупки – это не только новый маркетинговый инструмент для продавца, но и способ сэкономить для покупателя. Кроме этого, данный вид деятельности – отличная платформа для начинающего предпринимателя.

Для продвижения совместных покупок в г. Юрге необходимо:

1. Привлечение к участию в совместных покупках пенсионеров и стареющего населения через оффлайн рекламу, просветительские статьи в СМИ и розничного склада.
2. Привлечение к участию в совместных покупках через предприятия города Юрги путем привлечения интереса работы в сервисе сотрудников отдела кадров. Возможен централизованный закуп с небольшой наценкой для сотрудников предприятия. Удобство этого метода заключается в том, что сам отдел кадров может активно продвигать сервис совместных покупок. Необходима соответствующая мотивация, возможно предложение работы в качестве организатора закупок.

Литература.

1. Обсуждение статьи «Физлица, организующие «совместные покупки», обязаны уплачивать налоги» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.audit-it.ru/news/account/607171.html?4>
2. Статья «10 секретов успешных ОРГов СП или как стабильно зарабатывать более 1000\$ в месяц, не выходя из дома» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://spbrest.by/index.php/organizator/10-secretov>
3. Письмо ФНС России от 07.06.2013 № АС-3-2/2057@ «О совместных покупках».
4. УФНС России по г. Москве указало на необходимость уплаты налогов при «совместных покупках» в Интернете, ИА «Гарант», 2 июля 2013.

**ЗАВИСИМОСТЬ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ
НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Н.В. Аржанникова, студент группы 17Б30,
научный руководитель: Трифонов В.А.*

*Юргинский технологический институт (филиал) Национального исследовательского
Томского политехнического университета
652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26*

Данная статья весьма актуальна на сегодняшний день применительно к России, что связано с существованием множества проблем, в том числе и качества продукции. Поэтому рассмотрение особенностей влияния качества машиностроительной продукции на эффективность развития предприятия вполне целесообразно.

Цель работы – изучение зависимости повышения качества продукции машиностроения на эффективность ее развития.

Задачи:

- 1) Изучить теоретические аспекты и специфику качества машиностроительной продукции.
- 2) Выявить зависимость повышения качества на эффективность развития предприятия.
- 3) Представить методы улучшения качества продукции машиностроения.

Задача повышения качества является весьма сложной и может быть решена лишь при комплексном использовании многих современных методов и средств. В учебнике М.М. Кане, Б.В. Иванова, В.Н. Корешкова, А.Г. Схиртладзе «Системы, методы и инструменты менеджмента качества» рассмотрены средства повышения качества продукции в основном путем совершенствования организации производства, методов его анализа и управления и т.д. [1,2,3].

При производстве машиностроительной продукции предприятие объединяет изделия различных отраслей, на основе чего выпускает новый продукт под собственным брендом. То есть, продукция предприятия объединяет в себе качественные аспекты продукции других отраслей. На приобретенном оборудовании изготавливается продукция, которая максимально удовлетворит потребности потребителя.

Оборудование играет главную роль в качестве продукции, которую выпустило данное предприятие. В связи с этим приходим к выводу, что качество машиностроительной продукции объединяет в себе уровень качества добывающей отрасли и напрямую формирует уровень качества перерабатывающей.

Качество – понятие многогранное и его обеспечение достигается путем объединения творческих и практических навыков специалистов - новаторов. Проблемы в сфере повышения качества могут быть решены только при общих усилиях государства, федеральных органов и непосредственно

руководителей предприятия. Однако, важнейшую роль в решении данной проблемы играет потребитель, диктующий необходимые требования к данному товару.

В условиях современного рынка, качество продукции одно из важнейших направлений положительного направления развития экономики и производственной базы предприятия. Внутри любого предприятия на качество продукции влияет ряд факторов: как внутренних, так и внешних.

Внутренние зависят от деятельности самого предприятия и связаны со способностью выпускать товары необходимого качества, их в свою очередь делят на технические, организационные, экономические и социально-психологические. Технические: внедрение новых технологий, сырья. Организационные: улучшение организации труда, повышение ответственности, культуры и уровня квалификации работников. Экономические: затраты на выпуск и реализацию продукции, политика ценообразования и система экономического стимулирования работников. Социально-психологические: условия труда, преданность работе, морально-психологический климат в коллективе (рис. 1).



Рис. 1. Факторы внешней среды предприятия

Процесс повышения качества должен всегда ориентироваться на потребителя. В связи с этим возникают задачи:

- 1) Определить круг потребителей и выяснить их требования к качеству.
- 2) Полученные потребности преобразовать в технические возможности.
- 3) Определить этапы изготовления.
- 4) Определить результаты и степень удовлетворенности потребителя.

Исследования, проведенные по всему миру, показали, что в компаниях, уделяющих недостаточное внимание качеству, до 60% всего производственного времени уходит на исправление брака. С другой стороны, оно могло быть потрачено на модернизацию оборудования и повышение уровня квалификации работников. Яркий пример данного явления - Япония, где после второй мировой войны промышленность активно занялась расширением производства (рис. 2).

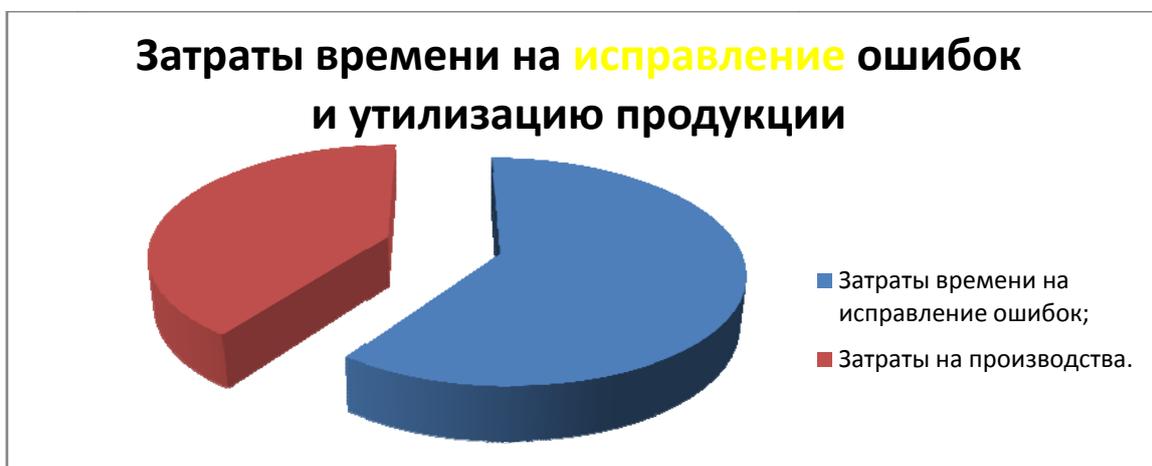


Рис. 2. Структура дополнительных затрат времени

Таким образом, проблема повышения качества продукции является актуальной для любого предприятия, особенно на современном этапе, когда в повышении эффективности производства все большее значение играет фактор «качество продукции», обеспечивающий ее конкурентоспособность.

Литература.

1. Басовский Л.Е., Протасьев В.Б. Управление качеством: Учебник. – М.: ИНФА-М, 2007. – 212с. – (Серия «Высшее образование»)
2. Варакута С.А. Управление качеством продукции: Учебное пособие. – М.: ИНФА-М, 2007. – 207с. – (Серия «Вопрос – Ответ»)
3. Огвоздин В.Ю. «Управление качеством»: Учеб. пособие. – СПб.: СПбГИЭА, 2008.

ДАТА РОЖДЕНИЯ КАК ФАКТОР ВЛИЯНИЯ НА УСПЕХ В КАРЬЕРЕ

Л.А. Астахова, студент группы 17Б10,

научный руководитель: Лисачев А.Н.

*Юргинский технологический институт (филиал) Национального исследовательского
Томского политехнического университета
652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26*

Что можно сказать о ваших шансах на успех в жизни, исходя из вашей даты рождения? Речь идет совсем не об астрологии или иных предсказаниях, а об экономике. Свою роль играет размер когорты, то есть количество людей одного возраста с вами. В экономике есть такой термин как гипотеза Истерлина. Фактически дата вашего рождения и количество сверстников влияют на все в вашей жизни: экономические и социальные результаты, шансы поступить в колледж, остаться без работы, найти вторую половину и развестись. Все дело в конкуренции: чем больше у вас сверстников, тем больше вам приходится конкурировать за место в университете или рабочие места. Это определит, как будет строиться ваша жизнь. Согласно этой гипотезе, если вы родились в России в 1980-е годы, то у вас не так много шансов на успех в жизни. Ваши многочисленные сверстники будут конкурировать с вами за ресурсы. Конкурс в институт или университет будет больше, а работодателю придется доказать, чем вы отличаетесь от ваших сверстников. В итоге, ваша зарплата в первое время будет сравнительно небольшой. Если же вы родились в 1990-е годы, когда рождаемость в России резко упала, то шансов на успех у вас больше. Вам проще поступить в институт, ведь у вас просто меньше конкурентов. Да и найти работу становится легче, ведь работодатели выбирают из ограниченного числа ваших сверстников.

Существует множество научных исследований на тему, имеющую несколько сходных названий «эффект возраста», «смещение по месяцу рождения» или «эффект даты рождения». Базовый принцип в том, что дети, рожденные непосредственно перед датой набора в школу или для занятий спортом, находятся в менее выгодном положении, потому что они почти на год младше других членов своей группы. Это проявляется в большом различии физического, эмоционального и интеллектуального развития. Исследователи установили, например, что большая часть успешных профессиональных хоккеистов Канады – это игроки, рожденные по большей части в январе, феврале и марте. Экономисты из Национального института экономических и социальных исследований доказали эту теорию на примере профессиональных хоккеистов (рис. 1). Карьера спортсмена состоит из трех этапов. На первом этапе спортсмен приходит в профессиональный спорт из небольших команд или после получения специального образования. Он еще новичок, который учится у профессиональных коллег. Лишь в редких случаях человек изначально оказывается супер-звездой, и ему сразу же дают те же задания, что и более профессиональным спортсменам. На этой стадии спортсмен много учится и достигает своего пика, затем его знания и опыт перестают расти. В этот момент спортсмен становится ветераном этой лиги. По этому принципу в целом строится любая карьера в рамках цикла жизни человека. На каждом этапе карьеры мы учимся, от чего и зависит наш успех. Однако в каждом случае играет свою роль, сколько сверстников получают аналогичный жизненный опыт. Чем их больше, тем у вас меньше шансов на высокую зарплату. Экономисты подтвердили эту гипотезу на примерах хоккеистов. Они рассмотрели страны, из которых вышли многие игроки НХЛ. В выборке оказались и спортсмены из России.