

Библиографический список

1. Адкинс Б. Общая теория электрических машин [Текст]. – Л.: Госэнергоиздат, 1960. – 250 с.
2. Копылов, И.П. Математическое моделирование электрических машин [Текст]. – М.: Высшая школа, 2001. – 327 с.

ВОПРОСЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРИ ВНЕДРЕНИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В.Н. Коршунов

Понятие конкуренции является фундаментальным в экономической теории рыночных отношений. Конкуренция проявляется на всех уровнях рыночной экономики - от предприятия до мировой экономической системы.

Конкуренция – это важнейший фактор рыночной экономики, отражающий соперничество производителей и потребителей за наиболее благоприятные условия покупки и продажи. Соперничают между собой товары, работы и услуги, представленные на рынках и их производители - фирмы, отрасли, страны. Поэтому для большинства предприятий основной задачей их функционирования становится обеспечение конкурентоспособности, адаптируемости к изменяющимся условиям внешней и внутренней среды.

Важнейшим фактором достижения высокого уровня конкурентоспособности является концентрация производства, которая позволяет своевременно обновлять производственно-технический потенциал предприятия, снижать издержки производства, повышать производительность труда, качества конечной продукции (работ, услуг), сокращать сроки ее изготовления.

На крупных высокотехнологичных производствах происходит интенсивный процесс обновления ассортимента выпускаемой продукции. Особое место занимает обеспечение стабильного роста качества и надежности новых изделий при одновременном снижении цен на них. На крупных предприятиях осуществляется принцип повыше-

ния производственной, творческой отдачи и активности персонала при ориентации на удельное сокращение численности производственных и управленческих работников. Все это практически означает выпуск большего количества новых, пользующихся повышенным спросом изделий, цены на которые будут ниже, чем у конкурентов, а качественные и эксплуатационные характеристики и надежность - выше.

Следовательно, все более актуальной задачей на данный момент перед каждым предприятием является исследование его технико-организационного уровня, а также развитие внешнеэкономических связей предприятия, анализ его природоохранной деятельности и уровень социального развития коллектива.

Для того чтобы в наиболее короткие сроки с минимальными вложениями выйти на намеченные рубежи, многие компании собираются сосредоточить усилия на трех главных направлениях: комплексной автоматизации производственных процессов; совершенствование форм и методов управления, включая организацию производства и развитие технологической базы; развитию кадрового потенциала при одновременном повышении квалификации, активности и лояльности каждого работника. Именно такая конкуренция ресурсов считается наиболее перспективной для того, чтобы создать адаптивные производственные системы нового поколения.

Основными показателями для оценки конкурентоспособности полиграфических предприятий являются: удельный вес работ по полиграфическому исполнению печатной продукции; средняя договорная стоимость оказания работ; рентабельность капитала предприятия; рентабельность продаж; материалоотдача; зарплатоотдача; прибыль на 1 рубль затрат; уровень использования производственной мощности предприятия; среднегодовая выработка одного работающего и многие другие.

Наряду с уже предложенными целесообразно применять ниже следующие показатели оценки технико-организационного уровня развития производства:

1. Продолжительность технологического цикла.
2. Доля оборудования, срок службы которого не превышает 5 лет.

3. Удельный вес прогрессивных технологических способов изготовления продукции.

4. Показатель качества выпускаемой продукции.

5. Показатель квалификации сотрудников предприятия, который указывает на компетентность сотрудников, выполняющих полиграфические работы.

6. Коэффициент постоянства кадров.

7. Показатель внешнеэкономической деятельности предприятия, который характеризует число договоров и соглашений с зарубежными партнерами на производственное и научно-техническое сотрудничество.

Таким образом, с помощью предложенных показателей можно оценить уровень конкурентоспособности полиграфических предприятий и определить направления ее повышения.

Рост спроса на полиграфические услуги в последние десятилетия обусловил количественный рост отрасли печати, которая на данный момент представлена более чем шестью тысячами предприятий. На рынке присутствуют как крупные издательско-полиграфические комплексы, так и малые предприятия с небольшими объемами производства и узкой специализацией.

Рассматривая рынок полиграфических работ, можно отметить наличие всех тех проблем, которые присутствуют на общероссийском рынке. Назовем эти негативные тенденции:

- государственное регулирование и экономическая политика несистемны и подвержены влиянию текущих политических интересов различных органов власти, политических партий и социальных групп. Все это создает большой уровень неопределенности и оказывает дезорганизующее воздействие на внутрифирменные процессы;

- финансовые рынки развиты слабо и неэффективны. Рынок ценных бумаг не отражает реальной стоимости предприятий. Не существует финансовых инструментов, доходность которых можно было бы взять за точку отсчета при определении ставки дисконтирования. В результате отсутствует один из важных индикаторов - рыночная стоимость предприятия;

- на товарных рынках условия конкуренции не равны. В результате товарные рынки подают предприятиям искаженные сигналы и подталкивают их к стратегически ошибочным действиям. Ресурсы предприятий часто направляются на закрепление неравенства положения предприятий на рынке;

- в силу высокого уровня коррупции, несовершенства законодательной среды, информационной закрытости рынок корпоративного контроля не является цивилизованным. Многие процессы на этом рынке ведут не к росту стоимости предприятия, а к его разрушению, что объясняется часто имеющим место превалярованием личных мотивов в процедурах захватов и слияний бизнеса;

- рыночные институты развиты слабо и не могут выполнять роль крупных инвесторов бизнеса;

- предпринимательское поведение собственников дезорганизует менеджмент. Противоречия между акционерами, их борьба между собой не позволяют даже высокопрофессиональному менеджменту эффективно управлять предприятием.

В деятельности региональных полиграфических предприятий присутствует существенный недостаток, связанный с физическим и моральным износом полиграфического оборудования - до 70 - 80% на отдельных предприятиях. На многих предприятиях отсутствуют ролевые офсетные машины для печати газетно-журнальной и книжной продукции, исключая процесс фальцовки, что обуславливает тенденцию снижения заказов со стороны региональных издающих организаций.

В достижении долгосрочной конкурентоспособности полиграфические предприятия сталкиваются со следующими проблемами:

- отсутствие четко очерченных стратегических целей и ориентация на краткосрочные результаты;

- неэффективный менеджмент: невысокое качество принимаемых управленческих решений (в силу отсутствия информации, нарушения технологической дисциплины и др.);

- недостаточное знание тенденций отраслевого и регионального рынков;

- невысокий уровень технического и технологического развития предприятий;
- неэффективное управление издержками производства.

В целом, можно утверждать, что ситуация, сложившаяся в настоящее время на отраслевых рынках, требует интенсивных управленческих воздействий как для выживания предприятия, так и для успешного развития в долгосрочной перспективе.

К настоящему времени практика предлагает вариант развития, способный нейтрализовать недостатки, связанные с малым размером полиграфических предприятий - функционирование в специализированных рыночных нишах, позволяющих сосредоточиться на тех узких сегментах, где ценятся специфические достоинства данного предприятия, например, возможность производства полноцветной продукции различного формата; многополосных газет; оперативность изготовления; невысокие цены; доставка газет заказчику и др.

В данном случае от конкуренции с крупными фирмами малый бизнес защищен небольшим размером сегмента рынка. Такая стратегия требует отказа от психологии производства стандартной продукции на массовом рынке и перехода к дифференциации и специализации, что также не представляет интереса для крупных предприятий, специализирующихся на высокотиражной продукции.

Кроме того, изменение качества спроса - ориентация на многоцветную, малотиражную продукцию, требование расширения спектра предоставляемых услуг (допечатных и отделочных и т.п.) - также диктуют в качестве рыночной стратегии переход полиграфических предприятий от массового рынка стандартной продукции к специализации, персонификации заказов, повышению качества изготовления продукции.

Главным фактором глобальной конкуренции в современных условиях становится интеллектуализация труда. Интеллектуальная собственность в форме знаний, «ноу-хау», патентов, баз данных становится главным ресурсом развития, конкурентоспособности и эффективности.

Утверждается новый подход в управлении, согласно которому успех организации в достижении ее целей определяется не доступом

к финансовым или материальным ресурсам, а умением менеджмента использовать человеческий потенциал, что обеспечивает высокую эффективность организации, ее ключевые компетенции, обеспечивающие конкурентные преимущества на рынке.

АНАЛИЗ СВОЙСТВ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ РАБОЧИХ ЖИДКОСТЕЙ, ПРИМЕНЯЕМЫХ В ГИДРОСИСТЕМАХ ВС

В.А. Загорский, А.Н. Бычков

Рабочая жидкость является рабочим телом гидропривода и может рассматриваться как его элемент. Одновременно она выполняет функции смазочного и охлаждающего агента, а также защищает детали от коррозии, т.е. обеспечивает работоспособность и надежность узлов гидропривода.

Наиболее часто удовлетворяют требованиям, предъявляемым к рабочей жидкости, минеральные масла нефтяного происхождения, представляющие собой жидкие дистиллаты, загущенные парафином, церезином и другими твердыми углеводородами. Для специальных гидроприводов применяются также синтетические жидкости на основе органических и кремнийорганических соединений. Основными показателями для оценки качества рабочей жидкости служит вязкостно-температурные ее свойства, химическая и физическая стабильность, агрессивность по отношению к резиновым уплотнительным деталям и смазочная способность.

Вязкость жидкости. Вязкость рабочей жидкости, под которой понимается свойство оказывать сопротивление деформации сдвига, является одной из наиболее важных характеристик для расчета и проектирования гидросистем и их эксплуатации. От вязкости жидкости зависят механические потери при работе насоса, возможность работы гидросистемы при низких и высоких температурах.

Для маловязких жидкостей абсолютную вязкость μ обычно выражают в сантипаузах (СП).

Коэффициенты динамической вязкости связаны следующими соотношениями: