

Bibliography

1. Business Valuation: textbook / ed. Gryaznova A.G., Fedotov M.A. 2nd ed., Rev. and add. Moscow: Finance and Statistics, 2009. 240 p.
2. Polikarpova M.G. Integration processes in the modern economy of Russian Federation // Herald of economic integration. 2009. №9–10. P. 24-30.
3. Popkov V.P., Evstafieva E.V. Evaluation of business. Charts and tables: textbook. SPb.: Peter, 2007. 736 p.
4. www.deloitte.com
5. www.ma-journal.ru
6. www.vedomosti.ru

УДК 331.2:622.27

Калимуллин Е.А., Акшенцев Ф.И., Макарова В.А., Трильев А.Е.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА ПРОХОДЧИКОВ НА СИБАЙСКОМ ПОДЗЕМНОМ РУДНИКЕ

Приведен опыт совершенствования существующей системы оплаты труда проходчиков, машинистов буровых установок подземного участка очистных и горнопроходческих работ на Сибайском подземном руднике.

Ключевые слова: совершенствование, оплата труда, производительность, система учета «светофор».

The experience of improving the wage system of sinkers, machinists drilling rigs at the underground site of a treatment and mining operations in the underground mine of Sibay.

Keywords: improvement, remuneration of labor, efficiency, accounting system «traffic light».

По итогам семинара, проходившего в период 15-16 февраля 2012 г. на Сибайском подземном руднике (СПР) на тему «Повышение производительности труда», было принято решение о необходимости совершенствования существующей системы оплаты труда проходчиков, машинистов буровых установок, а также руководителей и специалистов производственных участков. В семинаре приняло участие 27 человек, в том числе рабочие, руководители участков, специалисты по организации труда, руководители рудника, управление комбината.

Выполненный SWOT-анализ показал наличие существенных недостатков и угроз в существующей системе оплаты труда и их преобладание над достоинствами и возможностями (табл. 1) [1]. Одним из главных недостатков, по мнению руководителей и специалистов предприятия, является отсутствие тесной связи между результатами труда работника и его заработной платой.

Таблица 1

SWOT-анализ существующей системы оплаты труда на СПР

Достоинства	Недостатки
1. Сохранение постоянной части заработной платы.	1. Невозможность самостоятельного оперативного расчета заработной платы проходчиком.
2. Снижение размера премии за уменьшение производительности труда.	2. Отсутствие тесной взаимосвязи между результатами труда работника и его заработной платы.
3. Снижение премии за нарушения производственной и трудовой дисциплины	3. Высокая доля тарифной части в заработной плате, не мотивирующая к повышению результатов.
Возможность	4. Бригадная организация труда не позволяет оценить личный вклад каждого в общий результат
Получение дополнительной части премии за результаты труда	Угрозы
	1. Возможность достаточно высокой заработной платы без прямой привязки к конкретному результату.
	2. Усреднение заработной платы

Экспериментальное положение по оплате труда разработано на основе ведущейся с марта 2011 г. системы учета производственных результатов «светофор» и регламентирует условия и порядок оплаты труда проходчиков, работающих на буровой установке «Мопомatic» №46 подземного участка очистных и горнопроходческих работ № 1 (ПУОиГПР № 1).

Согласно положению оплата труда рабочих состоит из двух частей:

- постоянная (тарифная) часть включает в себя тариф, доплату за работу в ночное время, праздничные, компенсационную выплату за работу с вредными или опасными условиями труда, доплату за нормативное время передвижения в шахте;

- переменная часть начисляется в зависимости от результатов, достигнутых проходчиком за месяц.

Оплата переменной части производится на основании выполненных работ за смену (количество пробуренных шпуров на уход, количество пробуренных шпуров под железобетонные штанги (ЖБШ) и самозакрепляющиеся анкера (СЗА), количество установленных СЗА, шт.), зафиксированных в системе учета «светофор», и определяемого делением общего объема выполненных работ проходчиком за месяц на количество отработанных им смен. С использованием полученного значения определяется диапазон, в который попадает результат выполненных работ и соответствующий ему сектор в системе учета «светофор» (табл. 2).

Таблица 2

Шкала, определяющая сектор в системе учета «светофор»

Сектора	Для 7 - часовой смены
Красный	до 45
Желтый	от 46 до 65
Зелёный	свыше 66

Примечание. 45, 65... – общее количество пробуренных проходчиком шпуров и установленных СЗА, шт.

Расчет постоянной и переменной части производится в соответствии с данными, представленными в табл. 3.

Таблица 3

Определение расценки по итогам работы за месяц

Красный сектор	Жёлтый сектор	Зелёный сектор
Расценка, 4 руб./шт.	Расценка, 10 руб./шт.	Расценка, 12 руб./шт.
Постоянная (тарифная часть) рассчитывается по присвоенному разряду		Постоянная (тарифная часть) рассчитывается по 6-му разряду

Величина переменной части корректируется с помощью следующих коэффициентов:

- коррекционный коэффициент $K_{корр}$ – рассчитывается на основании данных маркшейдерских замеров и данных, заявленных проходчиками в системе учета «светофор»;
- коэффициент перерасхода бурового инструмента $K_{пер}$ – вводится для обеспечения рационального использования вспомогательного и бурового инструмента.

Расчет заработной платы проходчика с использованием системы «светофор» производится в следующей последовательности:

1. На основании данных маркшейдерских замеров рассчитывается общий объем выполненных работ:

$$\sum_{марк.} = V_{уход} + V_{бурен} + V_{установ} \quad (1)$$

где $V_{уход}$ – количество пробуренных шпуров на уход, шт.; $V_{бурен}$ – количество пробуренных шпуров под ЖБШ, СЗА, шт.; $V_{установ}$ – количество установленных СЗА, шт.

2. Количество пробуренных шпуров на уход рассчитывается по формуле

$$V_{уход} = \frac{N_{факт}}{2,8} \cdot 54 \quad (2)$$

где $N_{п.м}$ – результаты работы буровой установки по итогам месяца (маркшейдерские замеры), п.м; 2,8 – средняя уходка за цикл, п.м; 54 – среднее количество шпуров на забой, шт. (паспорт БВР).

3. Рассчитывается коррекционный коэффициент:

$$K_{корр} = \frac{\sum_{марк}}{\sum_{заяв}} \quad (3)$$

где $\sum_{марк}$ – объем выполненных работ на основании маркшейдерских замеров, шт. (см. ф-лу (1)); $\sum_{заяв}$ – количество заявленных проходчиком пробуренных шпуров на уход и под ЖБШ, установленных СЗА, шт. (данные по системе «светофор»).

4. Рассчитывается заработная плата проходчика за месяц:

$$ЗП = ((ТЧ) + (n \cdot Z) \cdot K_{корр} \cdot K_{пер}) \cdot K_p \quad (4)$$

где ТЧ – тарифная (постоянная) часть за отработанное время, руб.; n – количество пробуренных шпуров или установленных СЗА за месяц, шт. (данные по системе учета «светофор»); Z – расценка за один пробуренный шпур или установленный СЗА (см. табл. 2), руб./шт.; $K_{пер}$ – коэффициент перерасхода; при перерасходе бурового инструмента устанавливается равным 0,85, при отсутствии перерасхода – 1; K_p – районный коэффициент (показатель увеличения размера заработной платы в зависимости от месторасположения предприятия), установлен равным 1,15 [2].

Расчет заработной платы, начиная с мая 2012 г., производится в двух вариантах – по экспериментальному и существующему положением. Выплата производится по системе, утвержденной коллективным письменным решением проходчиков, работающих в течение месяца на буровой установке «Monomatic» №46.

Расчет заработной платы бригады проходчиков за май 2012 г. по существующему и экспериментальному положению об оплате труда представлен в табл. 4.

Из таблицы видно, что по существующему и экспериментальному положению разница между максимальным и минимальным значением в оплате труда составляет 1,2 и 2,2 раза соответственно. При этом производительность проходчиков отличается в 2,3 раза. Величина переменной части (надбавки) Проходчика 1 по экспериментальному положению возросла в 1,6 раза в соответствии с объемом выполненных работ, а у Проходчика 2 снизилась в 4,4 раза. При этом фонды оплаты труда по бригаде по существующей и предлагаемой системе оплаты сопоставимы.

Таким образом, экспериментальное положение по оплате позволяет более тесно увязать оплату труда с результатами, достигнутыми работниками в течение месяца, в оперативном режиме оценить индивидуальный вклад работников в достижения требуемой производительности, прогнозировать и самостоятельно рассчитывать заработную плату проходчику.

Таблица 4

Пример расчета заработной платы, руб.

ФИО проходчика	Существующее положение по оплате труда				Экспериментальное положение по оплате труда				
	Постоянная часть	Премия	Кол-во п.м по бригаде	Кол-во установленных СЗА, шт.	Всего ЗП (с район. коэф.)	Постоянная часть	Кол-во шпуров и СЗА, шт. (n)	Надбавка (n*Z)	Всего ЗП (с рег. коэф.)
Проходчик 1	15 163	13 033	80,5	1533	34 904	16 950	1 705	20460	43 021
Проходчик 2	14 342	13 231			31 776	14 342	747	2 988	19 930
Проходчик 3	14 982	12 028			33 206	14 982	1 326	13 260	32 478
Проходчик 4	13 219	15 433			29 095	13 219	1 082	10 820	27 644
Итого по бригаде					128 981				123 073

Список литературы

1. Система учета «светофор» как элемент улучшения организации труда / З.Р. Гибадуллин, Ф.Х. Макшук, В.А. Макарова, М.Н. Сабанова // Кадровик. 2011. №8. С. 148-151.
2. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. М.: Книжный мир, 2003. 895 с.

Bibliography

1. Accounting system «traffic light» as element of improvement of the organization work / Z.R. Gibadullin, F.H. Makshukov, V.A. Makarova, MN Sabanova // Kadrovik. 2011. №8. P. 148-151.
2. Borisov A.B. Big economic dictionary. // M.: Book world, 2003. 895 p.

УДК 339.1

Кольга А.А.

РЫНОК ГЛЯНЦЕВЫХ ИЗДАНИЙ ЕКАТЕРИНБУРГА: СПЕЦИФИКА СПРОСА И НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ

В работе приведены результаты анализа спроса со стороны рекламодателей в сегменте гляцевых и деловых изданий Екатеринбурга, обозначена актуальная проблема снижения доходов от продажи рекламных площадей региональных гляцевых журналов, обусловленная оттоком традиционных рекламодателей сегмента fashion. Предложен вариант решения обозначенной проблемы за счет изменения в стратегии позиционирования гляцевых изданий и ориентации на новые сферы рекламодателей.

Ключевые слова: позиционирование, целевая аудитория, fashion-индустрия.

This article provides the results of analyzing advertisers demand in the segment of Yekaterinburg's glossy and business magazines. It identifies the problem of regional glossy magazines' revenue decrease which is caused by reduced number of fashion advertisers. The author suggests solving this problem through revising the positioning strategy for glossy magazines and focusing on new field advertisers.

Keywords: positioning, target audience, fashion industry.

Российский рынок средств массовой информации сегодня продолжает активно развиваться. В региональных масштабах увеличивается число специализированных гляцевых изданий, что существенно усиливает конкуренцию в данной сфере. Стремясь повысить экономическую эффективность своих журналов, издатели уделяют серьезное внимание укреплению позиции марки или, иными словами, формированию образа журнала в сознании потребителей. Позиционирование как процесс поиска такой рыночной позиции для компании, которая будет выгодно отличать ее от положения конкурентов, осуществляется с учетом конкретной целевой группы потребителей, для которой создаются и предлагаются преимущества и уникальность [1]. В настоящее время проблема позиционирования печатных изданий является весьма актуальной.

Основная особенность печатных изданий, в частности гляцевых журналов, заключается в том, что они ориентируются на две целевые аудитории одновременно. Первая – это аудитория рекламодателей, покупающих рекламные площади в журнале для продвижения своей продукции или услуг; вторая – читательская аудитория, состоящая из людей, интересующихся тематикой того или иного издания. Можно отметить следующую взаимосвязь: читатели журналов являются потенциальными потребителями продукции (услуг) рекламодателей.

Поскольку региональные издания, в отличие от федеральных и мировых гляцевых изданий, существуют, как правило, за счет рекламы, не предполагая непосредственной продажи потребителю, то наиболее остро перед местными журналами стоят задачи эффективного взаимодействия с существующими рекламодателями и поиск новых.

Наблюдается некоторый отток традиционных рекламодателей, непосредственно относящихся к fashion-

индустрии, что отражается в снижении доходов от рекламы. Данную тенденцию отмечают сами издатели, называя одним из основных факторов нестабильность экономики и предкризисные ожидания, охватывающие все большие слои населения. В этих условиях основной задачей издателей является поиск новых сегментов рекламодателей, что непременно влечет за собой актуализацию стратегии позиционирования с учетом предпочтений новой целевой аудитории. Рассмотрим екатеринбургский рынок региональных журналов.

Екатеринбург входит в первую тройку региональных центров России по количеству журналов и объему журнального рынка. Ежегодный прирост рынка прессы Екатеринбурга в части рекламных доходов, начиная с 2005 года, составляет 50-55%. Рост идет как за счет увеличения доходов существующих СМИ, так и за счет появления новых изданий, точнее тех из них, которые можно назвать удачными бизнес-проектами [2].

Если рассматривать гляцевые журналы, специализирующиеся на модных тенденциях, можно выделить девять основных игроков данного рынка: «Cosmopolitan. Урал», «Гид по красоте и здоровью BLIZKO», «Банзай», «Shopping Guide. Я покупаю», «Стольник», «Нарру», «Екб.Собака.RU», «Fashion Week», «Дорогое удовольствие». На **рис. 1** показаны доли рынка каждого из этих изданий по годовому объему выпуска номеров.

На приведенной диаграмме видно, что максимальный объем приходится на долю журнала «Cosmopolitan. Урал», который, являясь по сути региональным, выпускается приложением к федеральному изданию «Cosmopolitan» и распространяется вместе с ним. Остальные же издания можно назвать исключительно региональными. Доли последних различаются не так существенно.