

Комогорцева А. А., магистрант
ФГБОУ ВПО «Сибирский государственный университет науки и технологии
имени академика М. Ф. Решетнева»,
г. Красноярск, Красноярский край

ПРИМЕНЕНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТОИМОСТНОГО АНАЛИЗА ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРОФОРИЕНТАЦИОННЫХ ПРОГРАММ В ОРГАНИЗАЦИИ

В настоящее время наблюдается повышенный интерес к новым методам и подходам управления бизнесом. «Современные представления об управлении базируются на том, что бизнес нужно четко определить, измерять, анализировать и улучшать. Одним из методов описания, измерения, анализа и улучшения бизнеса является метод Функционально-Стоимостного Анализа (ФСА)» [3].

Функционально-стоимостной анализ для совершенствования планирования профориентационных программ будет проведен на примере организации ООО «РН-Учет».

«ООО «РН-Учет» – одно из крупнейших сервисных предприятий ПАО «НК «Роснефть» – лидера российской нефтяной отрасли, основной вид деятельности ООО «РН-Учет» – оказание услуг по ведению бухгалтерского и налогового учета. Ключевым ресурсом развития Общество считает свой персонал» [4].

Объект исследования – планирование профориентационных программ.

В ООО «РН-Учет» существует ряд профориентационных программ для молодежи: прохождение стажировки, практики с последующим трудоустройством в компанию; профориентационно-имиджевые мероприятия для студенческой молодежи, «Дни «Роснефти», вузовские ярмарки вакансий и т. д. [4].

Профориентационные программы нацелены на формирование представлений оптанта об алгоритме выбора профессии, о представлении организации, а также изучении собственных интересов и способностей для последующего трудоустройства.

Планируя свою карьеру, важно позаботиться о том, чтобы реальность совпадала с желаниями, при выборе профессии необходимо чтобы личностные, психологические характеристики человека совпадали с соответствующими профессиональными, также необходимо уделять внимание тому, чтобы полученная информация об интересующей профессии либо организации не была искаженной, а была достаточно полной, чтобы оптанта смог легко определиться, какая профессия или же организация ему больше импонирует.

Анализ выбора профориентационных программ будет проводиться в целом. Для выбора объекта исследования функционально-стоимостного анализа используется метод сопоставления долей по стоимости и функциональной значимости. Этот метод предполагает, что нормирующим условием распределения затрат между функциональными частями объекта является значимость выполняемых ими функций.

Дать оценку функциональной значимости можно только экспертно. Повышенная себестоимость какой-либо функциональной части будет оправдана только в том случае, если она подкреплена повышенной функциональной значимостью, и наоборот, если функциональная значимость невелика, а себестоимость высока, то это свидетельствует об избытке затрат при выполнении данной функциональной части.

Функционально-стоимостной анализ выбора профориентационных программ следует начинать с составления функционально-стоимостной модели на основе структурно-элементной модели. «Совмещенная модель служит основанием для определения затрат на функции в сопоставлении с их значимостью» [1].

Создана группа экспертов, которыми был определен состав критериев для построения структурно-элементной модели, которая изображена на рисунке 1, определены функции, их виды и присвоение кода в таблице 1.



Рисунок 1 – Функционально-структурная (совмещенная) модель выбора профориентационных программ

Как видно, каждый из этапов включает в себя ряд элементов, каждый из них направлен на реализацию определенных функций, содержание которых отображено в таблице 1.

Таблица 1 – Функции выбора профориентационных программ (существующий вариант)

Функции 1	Вид функции 2	Код функции 3
Профорориентационные работы	Главная	F0
Посещение школ	Основная	F1
Разработка профориентационных программ	Вспомогательная	F1.1
Разработка раздаточного материала	Вспомогательная	F1.2
Проведение профориентационных мероприятий	Вспомогательная	F1.3
Подведение итогов профориентационных результатов	Вспомогательная	F1.4
Посещение колледжей	Основная	F2
Разработка профориентационных программ	Вспомогательная	F2.1
Разработка раздаточного материала	Вспомогательная	F2.2
Проведение профориентационных мероприятий	Вспомогательная	F2.3
Подведение итогов профориентационных результатов	Вспомогательная	F2.4
Посещение вузов	Основная	F3
Разработка профориентационных программ	Вспомогательная	F3.1
Разработка раздаточного материала	Вспомогательная	F3.2
Проведение профориентационных мероприятий	Вспомогательная	F3.3
Подведение итогов профориентационных результатов	Вспомогательная	F3.4
Посещение рекрутинговых агентств	Основная	F4
Разработка профориентационных программ	Вспомогательная	F4.1
Разработка раздаточного материала	Вспомогательная	F4.2
Проведение профориентационных мероприятий	Вспомогательная	F4.3
Подведение итогов профориентационных результатов	Вспомогательная	F4.4

Исходя из анализа функций выбора профориентационных программ, можно сделать вывод, что ряд функций дублируется:

– F1.1, F2.1, F3.1, F4.1 (Разработка профориентационных программ);

- F1.2, F2.2, F3.2, F4.2 (Разработка раздаточного материала);
- F1.3, F2.3, F3.3, F4.3 (Проведение профориентационных мероприятий);
- F1.4, F2.4, F3.4, F4.4 (Подведение итогов профориентационных результатов).

В таблице 2 представлены затраты на профориентационную работу, посещения вузов – функция F3.

Таблица 2 – Затраты на профориентационную работу, посещения вузов, руб.

Функция	Код	Затраты, руб.			Доля затрат	Значимость
		Канцелярские расходы	Заработная плата	Сумма затрат		
1	2	3	4	5	6	7
Посещение вузов	F3	5 800	6 006	11 806	100	1
Разработка профориентационных программ	F3.1	1 000	1 334	2 334	19,81	0,19
Разработка раздаточного материала	F3.2	3 600	1 092	4 692	39,72	0,39
Проведение профориентационных мероприятий	F3.3	1 200	2 004	3 204	27,14	0,27
Подведение итогов профориентационных результатов	F3.4	0	1 576	1 576	13,41	0,13

Ранжирование функций по значимости показало, что функция F3.2 занимает первое место по сумме затрат и значимости.

Экспертным путем устанавливаем значимость этих элементов. На данной стадии поставлена задача, как уменьшить затраты на посещение вузов так, чтобы в дальнейшем четко и более эффективно выполнялись функции.

Таким образом, такая постановка задачи подталкивает к разработке новых концепций, которые в свою очередь позволяют выполнять функции более точно с наименьшими затратами. Использование метода FAST создает возможность дополнить выбор функции для ее совершенствования. «Метод FAST – метод систематизированного анализа функций, способствующий упорядочению функций и построению диаграммы функций» [2]. Наглядно место каждого элемента процесса профориентационных работ можно представить с помощью модели FAST (рисунок 2).



Рисунок 2 – Диаграмма FAST процесса профориентационных работ

Для достижения снижения затрат целью улучшения выбора профориентационных программ разработан проектный вариант.

В данном случае в улучшении нуждается «F1», «F2», «F3», «F4». Предложением является объединение дублирующих функций в одну.

Именно: F1.2 и F2.2 (Разработка раздаточного материала для школ и рекрутинговых агентств); F3.2 и F4.2 (Разработка раздаточного материала для колледжей и вузов).

Также предложением является сокращение затрат по разработке профориентационных программ путем того же объединения дублирующих функций, сократятся данные затраты, а именно специалисты будут тратить значительно меньше времени на разработку профориентационной программы для каждого субъекта (школы, колледжа, вузов, рекрутингового агентства).

Сравнение функционально-стоимостной диаграммы (существующий и проектный вариант) представлен на рисунке 3.

Данные совершенствования позволят получить на профориентационную работу значительную величину экономии.

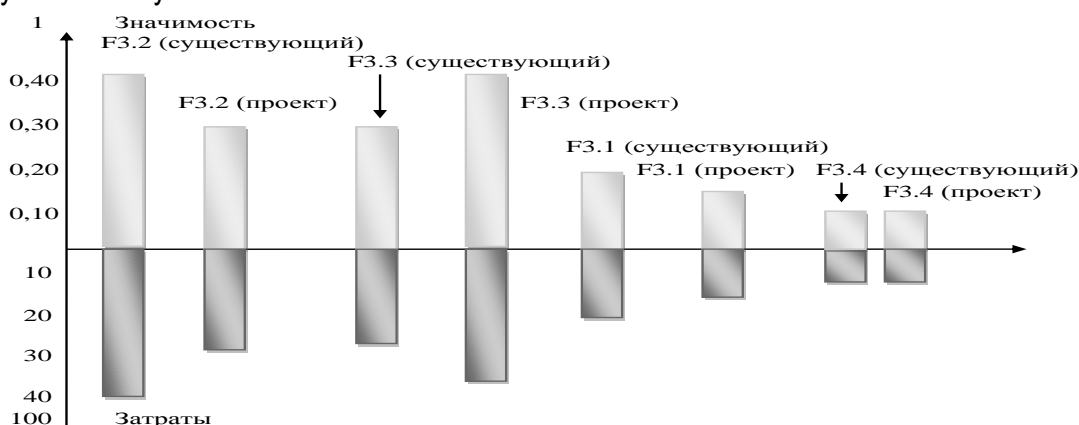


Рисунок 3 – Функционально-стоимостная диаграмма (существующий и проектный вариант)

Для выбора варианта профориентационных работ, посещения вузов «F3», необходимо сравнить существующий и проектный вариант по затратам в рублях (таблица 3).

Таблица 3 – Сравнительный анализ затрат существующего и проектного варианта

Функция	Затраты, руб.	
	Существующий	Проектный
1	2	3
Разработка профориентационных программ	2 334	1 288
Разработка раздаточного материала	4 692	2 346
Проведение профориентационных мероприятий	3 204	3 204
Подведение итогов профориентационных результатов	1 576	1 030
Итого	11 806	7 868

Исходя из данных таблицы 3, можно увидеть, что общие затраты уменьшились на сумму 3 938 руб. вследствие объединения функций в проектном варианте.

Необходимо посчитать, насколько процентов изменились существующие и проектные затраты. В таблице 4 представлены изменения.

Таблица 4 – Изменение доли затрат на выполнение функции «F3»

Функция	Код	Существующие затраты, %	Проектные затраты, %	Изменения, +/-
1	2	3	4	5
Разработка профориентационных программ	F3.1	19,81	16,40	-3,41
Разработка раздаточного материала	F3.2	39,72	29,82	-9,9
Проведение профориентационных мероприятий	F3.3	27,14	40,72	+13,58
Подведение итогов профориентационных результатов	F3.4	13,41	13,10	-0,31

Таким образом, доля затрат увеличилась, по проведению профориентационных мероприятий, пропорционально затратам, которые снизились, по разработке профориентационных программ, разработке раздаточного материала, подведению итогов профориентационных результатов.

Далее в таблице 5 рассмотрены преимущества и недостатки рассматриваемой функции.

Таблица 5 – Оценка предложений

Посещение вузов (профориентационная работа)		
Преимущества	Недостатки	Решение проблем
1	2	3
Разработанные рекомендации позволят снизить издержки на разработку раздаточного материала (буклетов), т. е. печать буклетов будет производиться в два раза меньше, так как произойдет объединение функций вузов и колледжей. Также к преимуществам можно отнести сокращение трудозатрат у специалиста по разработке профориентационных программ.	Главным недостатком, может являться то, что информация в буклетах будет обновляться только для колледжей и вузов, а для школьников и рекрутинговых агентств – нет – таким образом, некоторая информация будет уже не актуальна.	Для того чтобы устранить данный недостаток, необходимо в буклетах для агентств и школ указывать только ту информацию, которая точно будет актуальна в ближайшие два года. Также в буклетах (раздаточном материале) необходимо указывать сайт организации, для того чтобы можно было легко ознакомиться с последними нововведениями организации и актуальными изменениями в законодательстве.

Применение функционально-стоимостного анализа позволило выявить дублирующие функции, соотнести значимость выполняемых функций с затратами на их осуществление и предложить более сбалансированный проектный вариант, по сокращению издержек.

В заключении, можно сделать вывод, о том, что полученные в работе результаты будут частично реализованы при выборе профориентационных программ ООО «РН-Учет». Таким образом предложения по улучшению выбора профориентационных программ будут подтверждены на практике.

Литература

1. Анализ функционально-структурных (совмещенных) моделей. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studopedia.ru/2_30659_analiz-funktsionalno-strukturnih-sovmeshchennih-modeley.html. – Дата обращения: 22.10.2022.
2. Профессиональная классификация Климова Е. А. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://studopedia.ru/4_91129_professionalnaya-klassifikatsiya-klimova-ea-metodika-opredeleniya-professionalnoy. – Дата обращения: 23.10.2022.
3. Функционально-стоимостной анализ деятельности предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.quality.eup.ru/DOCUM/fsadp.htm>. – Дата обращения: 25.10.2022.
4. ООО «РН-Учет»: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rn-uchet.rosneft.ru/about/Glance/OperationalStructure/Servis/rn-uchet>. – Дата обращения: 26.10.2022.

УДК 339.13

Короленко Д. В., Аджемян В. Г., студенты
научный руководитель – **Гостева О. В.**, к. э. н., доцент
Сибирский государственный университет науки и технологий
имени академика М. Ф. Решетнева,
г. Красноярск, Российская Федерация

РЫНОК МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ – РЕАЛЬНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Рынок мобильных приложений – перспективное направление как для развитых компаний, которые уже занимаются разработкой мобильных приложений, так и для компаний, желающих выйти на новый рынок с целью увеличения показателя прибыли. Кроме того, индивидуальные