

Таблица предусматривает внедрение различных форм обучения математике в техническом вузе:

- проблемное обучение (проблему решает преподаватель, затем студенты в малых группах, «мозговой штурм», генераторы-критики);

- активное обучение (опрос по цепочке, решение с ошибкой, работа в малых группах, тестирование с закрытыми ответами, с обсуждением в малых группах);

- креативное обучение (математическая модель, моделирование на компьютере, проведение олимпиад и конкурсов научных проектов);

- когнитивное обучение (анализ, эксперименты, исследования, бинарная пара, конспект-лекция, лекция-консультация);

- коммуникативное обучение (взаимоконтроль, доклад, диспут).

Математическая подготовка в техническом вузе даст, возможно, больше чем знания дисциплины, если её рассматривать как совокупность методик для развития самоактуализации личности выпускника.

#### *Библиографический список*

1. Баженова Е.В. Мотивация и стимулирование: на пути к успеху фирмы. М.: АСТ, 2009. 192 с.

2. Маслоу А. Мотивация и личность. СПб.: Евразия, 1999. 412 с.

УДК 656

Студ. А.С. Поздеева  
Рук. Л.А.Чернышев  
УГЛТУ, Екатеринбург

### **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ НА АВТОТРАНСПОРТЕ**

Основой рыночных отношений в автомобильном транспорте является конкуренция автотранспортных предприятий (АТП) как производителей транспортной продукции на рынок сбыта своей продукции, т.е. перевозки грузов и оказания услуги с целью получения высоких финансовых результатов (доходов, прибыли).

В рыночных условиях преобладающим элементом транспортного рынка является клиент (отправитель – получатель грузов), который диктует автотранспортному предприятию условия транспортного обслуживания.

При этом в рыночных условиях предложение превышает спрос на перевозки и возникает конкуренция между автотранспортными предприятиями различных форм собственности.

Динамика современной деловой среды заставляет автотранспортные предприятия искать новые пути усиления своих конкурентных преимуществ. Для многих из них ужесточение конкуренции на рынках, от которых они зависят, переходит в разряд важнейших проблем.

Высокоэффективным рыночным инструментом повышения конкурентоспособности автотранспортных предприятий может стать реструктуризация, направленная на совершенствование структуры и функций управления, преодоление отставания технико-экономических показателей деятельности, совершенствование финансовой и экономической политики. Имеющиеся на сегодняшний день методы оценки эффективности предприятий не охватывают все возникающие в данной части проблемы.

Государственные и муниципальные автотранспортные компании проходят процессы акционирования и приватизации. Происходит создание новых частных и смешанных предприятий. Государство постепенно уменьшает безвозмездную помощь транспортным предприятиям. Налоговая система вытесняет административное изъятие прибыли. Высокая конкуренция АТП между собой позволяет выжить только тем транспортным компаниям, которые идут навстречу пожеланиям клиентов, расширяют сферу услуг, улучшают качество обслуживания и внедряют гибкую систему тарифов.

Основные цели для повышения конкурентоспособности предприятия:

- высокое качество;
- сокращение временных затрат на погрузку-разгрузку;
- расширение ассортимента сопутствующих услуг;
- своевременность и скорость обслуживания;
- оптимизация маршрутов перевозок;
- сокращение транспортных расходов;
- оснащение автомобилей специальными средствами для проведения мониторинга.

Таким образом, главная задача автотранспортных компаний, состоит не только в увеличении объема перевозок, рентабельности и повышении прибыли АТП, но и в удовлетворении потребностей населения и отраслей экономики в своевременном, качественном обслуживании.

УДК 65.018.2

Студ. Т.Г. Попкова  
Рук. О.Л. Шапельская  
УГЛТУ, Екатеринбург

## **ФОРМА ДОГОВОРА ПРИСОЕДИНЕНИЯ**

Договором присоединения признается договор, условия которого определены одной из сторон в формулярах или иных стандартных формах и