

*Химические науки***ПОДБОР НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНОГО
ФЛОКУЛЯНТА ДЛЯ ОСАЖДЕНИЯ
УГОЛЬНОЙ СУСПЕНЗИИ**

Ульрих Е.В., Фролов Д.В., Берлинтейгер Е.С.

*Кузбасский государственный технический
университет им Т.Ф. Горбачева, Кемерово, e-mail:
elen.ulrich@mail.ru*

Известно, что промышленные образцы флокулянтовполидисперсны и представляют собой смесь полимергомологов с различными степенью полимеризации, молекулярной массой и длиной молекулярной цепочки.

Нами был смоделирован процесс флокуляции угольной пульпы. Оценка эффективности процесса производилась исходя из чистоты полученного слива, которая определялась посредством анализа рабочей пульпы на спектрофотометре. Всего в ходе работы было проведено три опыта:

- с использованием высокомолекулярного анионного флокулянта Magnaflock-919;
- с использованием высокомолекулярного катионного флокулянта Zetag-8187;
- с совместным использованием вышеозначенных флокулянтов.

До начала работы нами были приготовлены растворы флокулянтов Magnaflock-919 и Zetag-8187с концентрацией 0,05%. В ходе опыта исходная пульпа перемешивалась и в объеме 250 мл подавалась в мерный цилиндр с рабочим объемом 500 мл. Затем производилась подача флокулянта в пульпу. В первом и втором опыте объем подаваемого флокулянта последовательно устанавливался 0,5; 1,5; 2,5; 3,5; 5 и 10 мл. Перемешивание осуществлялось за счет трехкратного переливания пульпы из одного цилиндра в другой. Затем секундомером определялось время до начала процесса оседания взвешенных частиц. После окончания процесса оседания отбиралась проба пульпы объемом 10 мл. Затем производился анализ пробы на спектрофотометре для измерения коэффициента пропускания при диапазоне длин волн от ультрафиолетового до инфракрасного. В третьем опыте при совместном использовании анионного и катионного флокулянтов первым подавался катионный флокулянт. Флокулянты подавались в равных объемах. По результатам анализа на спектрофотометре были построены графики зависимости коэффициента пропускания от объема подаваемого в процесс флокулянта.

*Экономические науки***АНАЛИЗ СИСТЕМЫ
ОРГАНИЗАЦИОННОГО ПОВЕДЕНИЯ
КАК ФАКТОРА ПОВЫШЕНИЯ
АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ**

Гуремина Н.В., Третьяк Г.Е.

*ФГАОУ ВПО «Дальневосточный федеральный
университет», Владивосток,
e-mail: innov-man@yandex.ru*

Поведение предпринимателей, бизнесменов, коммерсантов напрямую связаны с социальной, экономической и культурной системами. Творческий и поисковый характер является неотъемлемой чертой предпринимательской деятельности, в связи с этим инновационно-поисковый стиль поведения должен стать основной чертой современного отечественного предпринимателя. Осуществляемая предпринимательская деятельность сопряжена с целью получения стабильного и достаточного дохода, но такие результаты возможны только при достаточной активности предпринимателя.

Предпринимательство – это сложный феномен, включающий в себя систему социальных, культурных и экономических аспектов, в связи практическая деятельность может быть представлена в разрезе четырех измерений модели: производственная, инновационная, сбытовая и финансовая активность. Ключевую роль для успешной

предпринимательской деятельности играет стремление к совершенству, а также такие качества предпринимателя, как нетерпеливость, нежелание перепоручать что-либо кому-то другому, энергичность, стремление усердно работать и так же всецело предаваться развлечениям, умение выделять существо проблемы. Как видно, это не столько качества, сколько мотивы поведения предпринимателей, которые во многом связаны с личными характеристиками.

По результатам итогового опроса представителей субъектов малого предпринимательства г. Москвы предпринимательскую активность в наибольшей степени определяют деловые качества предпринимателя, индекс влияния которых составил 7,5. В меньшей степени активность предпринимательства зависит от возраста предпринимателя, индекс которого составил 2,9 [2].

Из таблицы также видно, что все составляющие социального портрета предпринимателя определяют различные черты предпринимательской активности. Так, например, возраст предпринимателя в наибольшей степени воздействует на инновационную составляющую; мотивация, профессиональная подготовка, личностные качества и ценностные ориентации – на финансовую составляющую; деловые качества – на сбытовую, а социально-психологические – на производственную.

Таблица 1

Итоговые результаты опроса представителей субъектов малого предпринимательства г. Москвы [2]

Характеристики социального портрета	Составляющие предпринимательской активности				Индекс предпринимательской активности
	Сбытовая	Финансовая	Производственная	Инновационная	
Возраст		1,1	2,9	4,1	2,9
Мотивация	6,8	7,3	5,4	6,1	6,4
Профессиональная подготовка	4	6,4	5,5	5,4	5,3
Деловые качества	8	7	7,6	7,5	7,5
Социально-психологические качества	4,2	6,5	6,8	4,2	5,5
Личностные качества	3,8	5,5	7	1,9	4,6
Ценностные ориентации	5,4	7,2	6,2	5,8	6,1

Таблица 2

Совокупное воздействие характеристик социального портрета предпринимателя на предпринимательскую активность [2]

Составляющие предпринимательской активности	Индекс
Сбытовая активность	35,6
Финансовая активность	41
Производственная активность	41,4
Инновационная активность	35

Интегральная же оценка воздействия социального портрета предпринимателя как совокупности характерных черт и особенностей осуществления им предпринимательской деятельности представляется возможной в результате расчета совокупного воздействия характеристик социального портрета на индекс предпринимательской активности, как представлено в табл. 2.

Предпринимательская активность в части производственной активности на 41,4 % зависит от совокупности характеристик социального портрета. В части финансовой активности прослеживается чуть меньшая зависимость. Воздействуя на предпринимателя по направлению совершенствования характеристик его социального портрета можно добиться повышения его активности в производственной и финансовой сфере, которые способны саморегулироваться. Данный вывод позволяет обосновать необходимость смещения ориентиров прямой государственной поддержки с производственной и финансовой сферы в сферу сбыта и инноваций.

Факторы предпринимательской активности находятся в существенной зависимости от совокупности характеристик социального портрета. В этом случае можно говорить о том, что набор личностных качеств предпринимателя наряду с его профессиональной подготовленностью является значимой составляющей повышения предпринимательской активности.

Современный предприниматель должен знать основные положения: значение понятия

«организация», место организационного поведения в системе менеджмента организации, содержание деятельности и модель качества предпринимателя, значение личности в организации и ее структурные особенности, факторы группового поведения и методы изучения и анализа взаимоотношений в профессиональной группе, организационно-распорядительные методы управления, основы делегирования полномочий, теорию мотивации персонала, принципы эффективного поощрения и наказания работников, зарубежный опыт мотивации персонала, стили руководства, основы взаимоотношений с подчиненными, основы индивидуальной беседы с подчиненным.

В общем виде формулы организационного поведения можно представить следующим образом:

- 1) знание + умение = способность;
- 2) позиция + ситуация = мотивация;
- 3) способность + мотивация = потенциальные результаты индивида;
- 4) потенциальные результаты + ресурсы и возможности = результаты деятельности организации.

Список литературы

1. Гуреева Н.В., Чмырь Ю.Ю., Султанова А.А. Рисковая деятельность как условие формирования личности предпринимателя // Современные исследования социальных проблем. – 2015. – № 1 (21). – С. 107-118.
2. Третьяк Г.Е., Гуреева Н.В., Цыпленкова М.В., Султанова А.А., Лаптев А.В. Личность предпринимателя: учебное пособие // Международный журнал экспериментального образования. – 2015. – № 2-2. – С. 282-283.