

2. Обычные покупатели – потребители, приобретающие товар небольшими партиями, как правило, своевременно оплачивающие поставленную продукцию. Для таких потребителей возможно предложение кредитной программы со стандартными скидками за своевременную или предварительную оплату продукции;

3. Группа риска. Это покупатели, в отношении которых есть определенные сомнения в их возможности своевременно оплатить поставленную продукцию, либо новые покупатели, в отношении которых отсутствует какая-либо информация об их финансовом положении. Для таких потребителей можно предложить кредитную программу, предусматривающую введение штрафных санкций за несвоевременную оплату продукции.

Грамотное, своевременное управление дебиторской задолженностью может значительно снизить долю сомнительной задолженности в составе дебиторской задолженности, что уменьшит риск потерь прибыли в результате ее списания.

**Е.А. Пушкарев, В.П. Суриков**

*Российский государственный профессионально-педагогический университет*

## **МОДЕРНИЗАЦИЯ МОСТОВОГО РАСПИЛОВОЧНОГО СТАНКА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

В сложных условиях хозяйствования в связи с максимальным износом материально-технической базы невозможно выпускать конкурентоспособную продукцию с низкой себестоимостью, с малыми затратами и достойного качества. Выйти из создавшегося положения в некоторых случаях предприятие может путем модернизации действующего и выпускаемого оборудования.

На достижение указанных целей направлен выполненный на кафедре технологии и оборудования машиностроения Машиностроительного института РГППУ проект модернизации мостового станка для распиловки гранита. Работа сделана для ООО МПО “Экспериментальный завод” (г. Реж), который является лидером Уральского региона по производству камнеобрабатывающей техники. На заводе постоянно уделяется большое внимание модернизации серийно выпускаемой и проектирование новой техники в соответствии с требованиями рынка. Мировая тенденция роста цен на энергоресурсы и полезные ископаемые, стимулирует российские строительные компании отказаться от импортных строительных материалов в пользу более дешевых отечественных. В связи с этим, возникает проблема в быстром удовлетворении потребности в природном камне. Для эффективного производства изделий необходимы новые совре-

менные станки, способные резать твердый гранит с большей производительностью.

За основу конструкции была принята схема мостового распиловочного станка. Рассмотрены также зарубежные аналоги из Германии, Италии, Чехии. В новом спроектированном станке учтены и устранены все выявленные недостатки рассмотренных конструкций. Модульный принцип, заложенный в основу конструкции, позволяет расширить технологические возможности станка: при смене суппорта с горизонтальным шпинделем на суппорт с вертикальным шпинделем потребитель получает новый станок – полировальный. Установка алмазно-дисковой пилы на отдельный шпиндель уменьшает нагрузку на подшипники двигателя и его преждевременный износ.

Повышению эффективности обработки способствует также технический прогресс в области сопутствующих материалов. Применение алмазно-дисковой пилы новой конструкции и эмульсии на основе концентрата «Брин» позволяет производить резание гранита вдвое быстрее при увеличении ресурса инструмента в 1,5 раза и снижении удельных затрат в среднем на четверть. Важным показателем концентрата является его экологическая безопасность, отработанные растворы не требуют специальной утилизации, и работа с ними не требует мер индивидуальной защиты и особых навыков. Внедрение в серийное производство нового типа станка позволит загрузить производственные мощности предприятия. Выпуск и продажа станка, не имеющего конкурентов в своем классе, будет способствовать увеличению прибыли предприятия.

**К.О. Рожнова, И.В. Ухлов**

*Российский государственный профессионально-педагогический университет*

## **О ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Фактор конкуренции носит принудительный характер, заставляя производителя под угрозой вытеснения с рынка непрерывно заниматься системой качества и в целом конкурентоспособностью своих товаров, а рынок объективно и строго оценивает результаты их деятельности. Следовательно, любое предприятие принимает организационные меры по повышению своей конкурентоспособности. Рассмотрим некоторые из них:

- обеспечение технико-экономических и качественных показателей, создающих приоритетность продукции предприятия на рынке;
- изменение качества изделия и его технико-экономических параметров с целью учета требований потребителя и его конкретных запросов, повышение внимания к надёжности продукции;