

нансовой устойчивости предприятия требует полного использования многочисленных внутренних и внешних факторов развития.

Анализ показателей финансового состояния ООО «Завод горного машиностроения» выявил ухудшение финансовой устойчивости предприятия в рассматриваемом периоде: значительно выросла величина долгосрочных кредитов и займов, почти вдвое увеличилась доля кредиторской задолженности. Однако снижение финансовой устойчивости предприятия связано наращиванием производственной мощности, введением в производство литейного цеха. Запуск литейного производства позволит улучшить качество продукции, сократить материалоемкость и трудоемкость механической обработки за счет уменьшения припусков, механизации производственных процессов литья, а значит – уменьшить себестоимость продукции, повысить ее рентабельность и конкурентоспособность. Предприятие вновь способно будет взять заемные средства на расширение и модернизацию производства с целью получения максимальной прибыли.

Для улучшения финансовой устойчивости предприятия и рационализации управления его финансовыми ресурсами предлагается провести следующие мероприятия:

- разработать финансовую стратегию наращивания собственных финансовых ресурсов за счёт снижения себестоимости выпускаемой продукции;
- провести инвентаризацию собственных основных средств;
- разработать платежный календарь, контролировать состояние расчетов с поставщиками и заказчиками;
- увеличить долю источников собственных средств в оборотных активах за счёт рационализации структуры имущества;
- ввести в практику на постоянной основе проведение экономического анализа деятельности предприятия. Сформировать информационно-аналитическую базу.

Реализация перечисленных мероприятий на продолжительном временном интервале создаёт предприятию реальные преимущества над конкурентами в виде роста его рыночной стоимости, укрепления его торговой марки, наращивания дополнительной устойчивости по отношению к неблагоприятным воздействиям внешней среды, включая атаки конкурентов.

**Ю.А. Данченко, Е.И. Чучкалова**

*Российский государственный профессионально-педагогический университет*

## **ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГА НА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОМ ПРЕДПРИЯТИИ**

Машиностроительному предприятию для владения полной информацией о рынках, покупателях необходимо наличие службы маркетинга, которая представляет высшему руководству ориентиры на дальнейшую успешную деятельность.

В результате исследований ОАО «Карпинский электромашиностроительный завод» выявлены проблемы, связанные с продвижением продукции на рынке: на заводе служба маркетинга отсутствует, всеми вопросами по реализации и сбыту продукции занимается один человек входящий в штат отдела сбыта; в результате ряда реорганизаций завод попадает в условия жесткой конкуренции со стороны производителей аналогичной продукции; усилилась тенденция заговаривания продукции на складах, несмотря на традиционно высокое качество.

Перечисленные проблемы указывают на отсутствие на предприятии грамотной, целенаправленной маркетинговой политики. Для их решения необходимо создать специальную службу. Служба маркетинга должна разрабатываться в комплексе с общей направленностью предприятия, так как она занимается формированием новых рынков, функционирования каналов сбыта, механизмами и методами управления ими. А результат этой работы – произойдет увеличение объемов продаж, налаятся связи с постоянными клиентами, выходы на новые рынки, в том числе и зарубежные, утерянные в 90 –е годы прошлого столетия.

При реализации функций маркетинга необходимо:

- большое внимание уделять давним партнерам, для этого постоянно поддерживать связь со специалистами этих предприятий.

- необходимо постоянно совершенствовать технологий, осваивать новые виды продукции и даже новые производства.
- одним из элементов товарной политики является послепродажное обслуживание. Следует активно развивать послепродажное обслуживание. Сервис должен включать техническое и торговое обслуживание

После осуществления предложенных мероприятий завод может реализовать черного литя более чем в два раза по сравнению с существующими объемами.

Грамотная, целенаправленная служба маркетинга – залог успешного существования и перспективного развития предприятия.

**Ю.М. Жанабергенова, С.В. Терентьева**

*Российский государственный профессионально-педагогический университет*

## **РОЛЬ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Одним из ключевых факторов производства любого вида товаров и услуг наряду с инвестиционным капиталом являются трудовые ресурсы. В современных условиях именно трудовые ресурсы рассматривают как наиболее ценный капитал, которым располагает предприятие. Научно-технический прогресс и связанное с ним резкое увеличение доли наукоемких технологий обуславливает рост требований к профессиональным, социально-психологическим качествам и культурному уровню работника. Эффективное управление трудовыми ресурсами как особая функция деятельности, связанной с наймом работников, их обучением, оценкой и оплатой их труда, является важной предпосылкой для эффективного функционирования производства.

Объектом исследований управления персоналом, является экономическая деятельность предприятия. Предметом являются подходы к стимулированию персонала предприятия с целью повышения экономической эффективности его деятельности.

Таким образом, функционирование производства всегда связано с людьми, которые работают на предприятии. Правильные принципы организации производства играют, конечно же, важную роль, но производственный успех зависит от конкретных людей, их знаний, компетентности, квалификации, дисциплины, мотивации.

Трудовые отношения – едва ли не самая сложная проблема предпринимательства, особенно когда коллектив насчитывает большое количество человек. Трудовые отношения охватывают широкий круг проблем, связанных с организацией трудового процесса.

Организация труда на предприятии призвана создавать нормальные для человека условия труда, заинтересованность работника в результатах труда и в результатах работы предприятия. Кроме того, организация труда призвана создавать на предприятии системы труда, повышающие доход предприятия. Мотивация является одним из основных факторов, определяющих эффективность трудовой деятельности.

Незаметный для неопытного глаза процесс потери интереса работника к труду, его пассивность приносит такие опутимые процессы, как текучесть кадров, руководитель вдруг обнаруживает, что ему приходится вникать во все детали любого дела, выполняемого подчиненными, которые, в свою очередь, не проявляют ни малейшей инициативы. Эффективность организации соответственно падает.

Чтобы не допустить потерю потенциальных прибылей, менеджер должен добиться максимальной отдачи от своих подчиненных. Для эффективного управления таким дорогим ресурсом как люди, менеджеру необходимо выделить определенные параметры работы, поручаемой подчиненным, изменяя которые он может воздействовать на психологические состояния исполнителей, тем самым, мотивируя либо демотивируя их.

Важной составной частью также является улучшение условий труда. На их осуществление расходуется примерно одна четверть всех планируемых затрат.

Большое значение улучшения условий труда объясняется тем, что они в основном представляют собой производственную среду, в которой протекает жизнедеятельность человека во время труда. От их состояния в прямой зависимости находится уровень работоспо-