

Лояльными потребителями можно назвать тех потребителей, которые на протяжении достаточно долгого (сравнительно со сроками функционирования товара) времени остаются «верными» компании и совершают повторные покупки.

#### **Список использованной литературы**

1. Райхельд Ф.Ф. Эффект лояльности: движущие силы экономического роста, прибыли и непреходящей ценности / Пер. с англ. М.: «Вильямс» 2005.
2. Мартышев А.В. Маркетинг манипулирования в рекламе (способы зомбирования). Ростов-на-Дону, 2004
3. Матанцев А.Н. Эффективность рекламы. М.:ФИНПРЕСС, 2002
4. Федько Н.Г., Федько В.П. Маркетинговые коммуникации. Ростов-на-Дону, 2002. 205 с.
5. Лопатинская И.В. Лояльность как основной показатель удержания потребителей банковских услуг // Маркетинг в России за рубежом. 2002. № 3.
6. Яскевич Е.В. Рекламная деятельность. Уч.-метод. комплекс. Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2006, 230 с.

*М.А. Баркина*, научный руководитель *И.П. Чупина*  
Российский государственный профессионально-педагогический университет, Екатеринбург, Россия  
katerinasitnikova555@gmail.com

### **СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ В РАБОТЕ РУКОВОДИТЕЛЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Аннотация.** В статье рассмотрены основные факторы, определяющие возникновение научных и практических проблем внедрения современных инструментов управления на отечественных производственных предприятиях.

**Ключевые слова:** управление, экономика, производственное предприятие, экономические условия.

Особенности системы управления предприятиями на современном этапе тесно связаны с изменением стратегических ориентиров в их деятельности. Основными экономическими целями предприятия в рыночных условиях являются повышение эффективности производства, максимизация прибыли, завоевание новых рынков и удовлетворение потребностей коллектива. Вместе с тем возрастает влияние фактора хозяйственного риска, появляются преимущества свободного ценообразования, возможности самостоятельного выбора поставщиков и потребителей. Одновременно с этим государства снимается всякая ответственность за обеспечение предприятия сырьем и материалами, за сбыт его продукции, за уровень его заработной платы.

Проводимая в стране экономическая реформа предполагает коренное изменение сложившихся методов стратегического развития самих предприятий и государственного регулирования экономики. Цель экономической реформы заключается в создании новых отношений между предприятиями, а также внутри отдельных предприятий. Сферой государственного регулирования все больше становятся макроэкономические преобразования, а общей тенденцией является децентрализация управления и смещение основных рычагов регулирования на микроуровень с переходом к все большей экономической самостоятельности предприятий, прежде всего на базе развития на них отношений собственности. Каждое предприятие вынуждено в основном

самостоятельно выбирать путь выхода из кризиса и вхождения в рынок. Условием стабильного эффективного функционирования Эрхарда - максимально проявляется частная инициатива и забота каждого о самом себе [1].

Основная проблема реформирования экономики в России состоит в том, что разработчики программы реформ не до конца предусмотрели формирование нового типа предприятий, который характерен для переходного периода. Такие предприятия не являются ни социалистическими, ни рыночными. Они скорее ориентированы на выживание и пытаются обеспечить продолжение своей деятельности в крайне нестабильных условиях. Поведение предприятий, ориентированных на выживание, существенно отличается от деятельности рыночных фирм, однако мало кто пытается его понять. В результате реформы идут при отсутствии должного анализа их воздействия на поведение предприятий.

Из-за невнимания к мотивам сегодняшнего поведения предприятий политика правительства зачастую не достигает ожидаемых целей. Так, жесткая кредитная политика в первой половине 1992 г. привела не к сокращению, а к увеличению взаимного кредитования предприятий. Представляется, что сама по себе приватизация не является достаточным стимулом для перестройки деятельности предприятий. До тех пор пока не закончится непроработанность переходного периода, директора предприятий будут ориентированы если не исключительно, то преимущественно на выживание. Поэтому многие меры без тщательного осмысления могут вести к неожиданным и, по сути дела, нежелательным последствиям.

Главная отличительная черта функционирующих сегодня предприятий состоит в том, что они действуют в постоянно меняющихся экономических условиях. При плановой и рыночной экономике существует относительная стабильность среды. В данном случае она касается положения других участников предпринимательства и правил, от которых зависит выживание. В условиях плановой экономики предприятие может рассчитывать на то, что его партнеры не разорятся, им в принципе не дадут этого сделать.

В рыночной экономике предприятия разоряются и появляются новые, но количество подобных предприятий в отдельно взятой отрасли за определенный период времени сравнительно невелико по сравнению с масштабами всей отрасли в целом. Таким образом, в обоих случаях с точки зрения краткосрочных решений, принимаемых предприятием, структура отрасли может считаться относительно стабильной.

Что касается экономики переходного периода, то здесь структура отрасли постоянно меняется. Условия выживания предприятия уже не столь ясны и очевидны. Переход от системы без банкротств к системе, при которой разорение предприятий возможно, связан с периодом некоторой неопределенности. Кроме того, ситуация становится еще более неопределенной в условиях приватизации, так как директора могут быть фактически отстранены от управления предприятиями. Эта неопределенность усугубляется еще и тем, что касается она значительного числа предприятий. Данная ситуация весьма усложняет процесс принятия решений на уровне предприятий [2].

В условиях плановой и рыночной экономики предприятия знают своих потребителей, поставщиков и конкурентов, хотя не всегда уверены в их стратегии. При социалистической экономике нет конкуренции за потребителя, но существует конкуренция в борьбе за ресурсы – не только рабочую силу, но прежде всего капиталовложения. Предприятия борются также за дефицитные ресурсы и материалы. А сегодня функционирующие предприятия находятся в положении, когда выживание других предприятий под большим вопросом. Структура спроса и отраслевая структура постоянно меняются. Предприятия не могут рассчитывать на стабильное существование

своих поставщиков и потребителей. Они должны искать новых партнеров. Однако, как показывает практика, директора многих предприятий считают, что вариантов замены их нынешних поставщиков не так уж много. Поэтому они стараются сохранить имеющиеся связи. В этом заключается один из парадоксов переходного периода.

Преобразование государственного предприятия в общество с ограниченной ответственностью, акционерное общество и т.д. позволяет ему перейти в разряд рыночных структур. Вместе с тем может возникнуть вопрос: нужно ли для создания эффективной рыночной экономики приватизировать любую государственную собственность?

По этому поводу сложились диаметрально противоположные мнения. Согласно одному из них государственные предприятия по своей природе не способны стать рыночными субъектами, согласно другому – их не только можно преобразовывать в такие субъекты экономики, но и совершенно необходимо делать усилия в данном направлении. Эти два мнения дают основания для двух совершенно разных концепций проведения политики по отношению к государственным предприятиям, который нужно назвать соответственно ликвидационной и коммерциализационной [3].

Ликвидационная концепция направлена на ликвидацию государственных предприятий. Считается, что они не пригодны к включению в рыночную экономику и поэтому их нужно либо приватизировать, либо ликвидировать. Важным аргументом в пользу ликвидационной концепции послужила оценка, что государственные предприятия сильно зависят от бюрократических структур, они не смогут освободиться от связанных с этим навыков бесхозяйственности. С исторической точки зрения были основания для такой оценки.

#### **Список использованной литературы**

1. Туровец О.Г. Организация производства и управление предприятием. Учебник. М.: ИНФРА-М, 2013. 423 с.
2. Файоль А., Эмерсон Г., Тейлор Ф., Форд Г. Управление - это наука и искусство. М.: Республика, 2016. 213 с.
3. Шипунов В.Г., Кишкель Е.Н. Основы управленческой деятельности. М.: Высш. школа, 2015. 247 с.

А.С. Бугров, научный руководитель Н.И. Зырянова  
Российский государственный профессионально-педагогический университет, Екатеринбург, Россия  
bugrant2@gmail.com

### **ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА В УСЛОВИЯХ ТОТАЛЬНОЙ ЦИФРОВИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА**

**Аннотация.** *Статья посвящена осмыслению роли физической культуры как учебной дисциплины в изменяющихся социокультурных условиях. Процесс цифровизации социального и экономического пространства требует смены методов воздействия на обучающихся и повышает значение дисциплины для здоровья нации.*

**Ключевые слова:** *Физическое воспитание, физическое образование, физкультурно-оздоровительные методики, кинезиотерапия.*

9 мая 2017 г. Президента РФ издал Указ № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы», официально