

1. Автоматическая система учета и хранения инструмента ProLog [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.dormerpramet.com/ru-ru/services/prolog>.

2. Григорьев С.Н., Кохомский М.В., Маслов А.Р. Инструментальная оснастка станков с ЧПУ: Справочник / Под общ. ред. А.Р. Маслова. М.: Машиностроение, 2006. 544 с.

*А.К. Дрёмина, научный руководитель Е.В. Евплова
Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет, Челябинск, Россия*

A.K. Dremina, E.V. Evplova

*South-Ural state humanitarian-pedagogical University, Chelyabinsk, Russia
ekaterina@evplova.ru*

Пути повышения конкурентоспособности предприятия Ways of increase of competitiveness of the enterprise

Аннотация. *На сегодняшний день важным термином в экономике является термин «конкурентоспособность». Главным условием для внедрения страны в глобальную экономику является повышение конкурентоспособности фирмы в рыночной и национальной экономике. Требования, способствующие повышению уровня конкурентоспособности предприятия, определяет современная экономика: своевременное реагирование на изменение хозяйственной ситуации с целью поддержания устойчивого финансового состояния и дальнейшего совершенствования организации деятельности предприятия.*

Abstract. *To date, an important term in Economics is the term "competitiveness". The main condition for introduction of the country into the global economy is improving the competitiveness of firms in a market and the national economy. Requirements aimed at improving the level of competitiveness of the enterprise, defines the modern economy: timely response to changing economic situations for the purpose of maintaining a stable financial position and further improvement of the organization of activity of the enterprise.*

Ключевые слова: *Конкурентоспособность, предприятие, товар, стоимость, конкурентная борьба*

Keywords: *Competitiveness, enterprise, product, cost, competition*

Важным вопросом, требующим несомненного внимания, является конкурентоспособность предприятий. Чтобы более хорошо разобраться в этой проблеме, рассмотрим, что же такое конкурентоспособность. Есть множество понятий, но наиболее общим будет следующее понятие:

Конкурентоспособность – это одно из свойств объекта, помогающее ему выдерживать конкуренцию с себе подобными объектами на данном рынке. Она представляет собой критерий, который достаточно хорошо отражает эффективность деятельности экономического субъекта. Можно подчеркнуть, что услуги и товары, предоставляемые на рынке, являются либо конкурентоспособными, либо неконкурентоспособными.

На практике было замечено, что решения задач по повышению конкурентоспособности вызывают значительные трудности, а для некоторых предприятий в современных экономических условиях и вовсе являются проблемой из-за отсутствия у предприятия четкой стратегии, финансово-экономических целей и критериев. Из-за того, что у предприятия отсутствует конкретное представление целей, возникает сложность ориентации в современных условиях и это приводит к тому, что задачи о решении проблемы повышения конкурентоспособности предприятия переходят на второй план.

Объектами могут выступать предприятия, товары, отрасли, регионы страны и т.д. А субъектами являются потребители, производители, государство. Следует отметить, что ситуация на рынке в большинстве случаев зависит от результатов и состояния конкуренции. Необходимость повышения конкурентоспособности и формирования производственного потенциала предприятия определяется именно в период развития рыночной экономики. Наибольшее значение предприятия придают оценке своих слабых и сильных сторон, анализу своих возможностей при конкурентной борьбе и разработке средств по повышению конкурентоспособности и обеспечению успеха на предприятии. В процессе некоторых исследований было замечено, что для того, чтобы оценить свою конкурентоспособность, предприятия пользуются некоторыми численными показателями, свидетельствующими о том, насколько устойчивым является положение предприятия на рынке и насколько оно способно выпускать продукцию, которая пользуется спросом на рынке.

Предприятия, которые имеют издержки производства ниже, получают прибыли больше, что дает возможность расширять свое производство, повышать его качество, экономическую эффективность и улучшать систему сбыта. В результате такой конкурентоспособности предприятия и выпущенной продукции, получается увеличение ее доли за счет других предприятий, которые не имеют таких же финансовых и технических возможностей.

Существует ряд факторов, оказывающих влияние на конкурентоспособность предприятия, рассмотрим некоторые из них. Одним из наиболее значимых факторов является динамика масштабов длительного спроса. Изменение спроса представляет собой важный фактор для того, чтобы принимать решения по инвестированию с целью увеличения производства предприятия. Увеличение спроса позволяет привлечь новые предприятия на рынок, а его уменьшение, соответственно вызывает отток предприятий. Просмотрев эти изменения можно сказать, что они и представляют собой причину изменения требований потребителя к сервису, появление нового товара, изменение ассортимента, все это является главной движущей силой - влияет на масштаб выпуска продукции, методы производства нового товара, эффективность производства.

Следующим немаловажным фактором являются технологические инновации. Современный технологический прогресс и инвестиции дают возможность увеличить важность жизненного цикла товара. За счет этого в требованиях к предприятиям могут появиться существенные изменения. Маркетинговые инновации - это реализация новых и улучшенных маркетинговых методов, которые охватывают изменения в стратегии упаковки товара, методы и способы производства и продажи товара, формирование новых цен и т.д. С некоторой периодичностью фирмы представляют на

рынок свой товар, пользуясь уже новыми путями и способами они стараются увеличить интерес у покупателей, увеличить спрос на товар и уменьшить затраты на производство продукции. Вследствие этого в движение приводятся новые силы, изменяющие условия конкуренции.

Динамика лидерства является следующим фактором, она означает вход в конкуренцию и выход из нее больших предприятий. Появляется новый этап конкуренции: изменяется структура рынка, роли перераспределяются и выделяются новые ключевые игроки. Диффузия достижений – это когда о каких-либо новых технологиях узнают соперники, поставщики и потребители и в силу этого падают барьеры для вступления в отрасль. Покупательские предпочтения, в основном, чем больше чисто покупателей, тем они становятся более влиятельными на то, какие товары будут больше потребляемыми и насколько низкими на них будут цены, соответствующие предпочтениям, вкусам покупателей.

О факторах, которые оказывают влияние на конкурентоспособность предприятия можно говорить еще долго. Предприятиям, имеющим небольшую долю на рынке нужно разработать четкую стратегию и направить свои усилия на удержание конкуренции, даже если доля на рынке совсем маленькая. А те которые имеют большую долю на рынке могут спокойно заниматься своей предпринимательской деятельностью.

Рассмотрим, какие же существуют способы повышения конкурентоспособности предприятия. Первым значимым способом повышения конкурентоспособности предприятий, существующих на сегодняшний день, являются инновации. Инновации - это новые идеи, которые часто приводят к изменениям нежели классические ресурсы бизнеса. Для создания устойчивой позиции в конкурентной борьбе необходима постоянная активность предприятий, которая направлена на улучшение конкурентных преимуществ услуг. Инвестиции стали очень действенным способом вложения наличных средств не в классические сферы бизнеса, а в идеи благодаря которым фирма имеет больше преимуществ.

Вторым важным способом повышения конкурентоспособности предприятия является грамотный механизм соотношения цены к качеству и выявление факторов, которые имеют влияние на определение цены товара. Уровень расценки реализации определенным образом описывает ценовую способность к конкурентной борьбе товара. Исходя из целей своей деятельности, продавец товара указывает для себя комплекс основных показателей функционирования, которые собирается достичь. Опираясь на сформулированную систему, можно определить задачи, образуя политику ценообразования продавца. Подводя итог можно сказать, что решение поставленных задач и представляет собой механизм ценообразования.

Список литературы

1. *Габимова М.Ш.* Пути повышения конкурентоспособности предприятия // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2015 г.). М.: Буки-Веди, 2015. С. 85-87.
2. *Воронов А.А.* Моделирование конкурентоспособности продукции // Журнал стандарты и качество. 2013. № 11. С. 44–47.
3. *Айдинова А.Т., Головки Е.С.* Пути повышения конкурентоспособности предприятий // Молодой ученый. 2015. №12. С. 371-373.

4. *Захаров А.Н., Зокин А.А.* Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы оценки и механизмы увеличения // Бизнес и банки. 2013. №1–2. С. 32-34.
5. *Мионов М.Г.* Ваша конкурентоспособность. М.: Издательство «Альфа-Пресс». 2011. 160с.
6. *Портер М.* Конкуренция: учебник / М. Портер. М.: Издательский дом «Вильямс», 2014. 608 с.
7. *Криворотов В.В.* Механизм повышения конкурентоспособности отечественных предприятий. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2006.
8. *Михайлов В.Ю., Золотов Д.А.* Расчет величины конкурентоспособности строительного предприятия // Пром.игражд.стр-во. 2010. № 8. С. 41-42.

Дуан Юнь, научный руководитель А.Н. Саханова
Казахская Академия труда и социальных отношений, Алматы, Казахстан
Duan Un, A.N. Sahanova
Kazakh Academy of labour and social relations, Almaty, Kazakhstan
ban.1964cmail.ru

Мотивация и способы поощрения сотрудников в компаниях КНР **Motivation and methods of encouragement of employees in companies of China**

Аннотация. Поощрение сотрудников можно производить различными способами. И обязанность руководителя состоит в том, чтобы определить достойных сотрудников и подобрать для каждого идеальный способ мотивации, что позволит увеличить производительность труда в компании.

Annotation. Encouragement of employees can be produced of different ways. And the duty of leader consists of that, to define deserving employees and pick up the ideal method of motivation for each, what the labour productivity will allow to increase in a company.

Ключевые слова: *мотивация, материальные поощрения, карьерный рост, благодарности, корпоративы*

Keywords: *motivation, material encouragements, career advancement, gratitudes, company parties*

Развитие мировоззрения и поведения людей в КНР привели к переменам, где чувство долга и стабильный заработок перестали быть основными движущими факторами в мотивации сотрудников к ответственной работе. Современные китайцы стремятся к самосовершенствованию, улучшают свои профессиональные навыки, не боятся принимать различные вызовы. Также они хотят сохранять баланс между работой и личной жизнью и не признают приоритет стажа и возраста, ожидая при этом открытого одобрения со стороны руководства. Понятно, что подобные изменения в сознании людей требуют и внесения соответствующих корректив в корпоративный регламент той или иной компании [1].

Когда в компании появляется вакансия на высокую должность, мудрый руководитель начинает поиск достойных кандидатов среди собственных сотрудников.