

Потенциал	Квалифицированный и мотивированный персонал	Коэффициент стабильности кадров, $K_{ст.}$	0,7	0,71	0,75
		Доля персонала, прошедшего курсы повышения квалификации, $K_{обуч.}$	0,76	0,85	0,91
		Доля персонала, владеющего стратегическими компетенциями, $D_{стр.комп.}$	0,82	0,91	1,0

Источник: расчеты автора, [3].

Оценка достижения стратегических целей осуществляется по финансовым показателям, отраженных в системе бюджетирования, состоящей из стратегического, оперативного бюджетирования и операционных бюджетов. Поэтому система бюджетирования является важнейшим инструментом сбалансированного управления, осуществляющим контроль достижения целей организации.

Итак, в условиях современной экономической ситуации необходимость применения сбалансированного управления очевидна. Вследствие чего требуется совершенствование системы планирования посредством внедрения в нее интегрированных инструментов: сбалансированной системы показателей и бюджетирования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Каплан Р., Нортон Д. Организация, ориентированная на стратегию. Как в новой бизнес-среде преуспевают организации, применяющие сбалансированную систему показателей / Пер. с англ. – М.: Олимпик – Бизнес, 2010. – 416 с.
2. Гершун А., Горских М. Технологии сбалансированного управления. – М.: Олимп-Бизнес, 2007 - 450 с.
3. Рыжакина Т.Г. Интегрированные инструменты планирования в процессе реализации стратегии предприятия. Монография. – Томск: Изд-во ТПУ, 2013. – с.145.

ОСНОВЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Т. В. Малкова, А. С. Феденкова
(г. Томск, Томский политехнический университет)

BASES OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

T. V. Malkova, A.S. Fedenkova
(с. Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

In this article such questions as theoretical bases of competitiveness where "competition" is defined as a driving force of development of the managing subject are considered.

В нынешних обстоятельствах рыночная экономика является важнейшей целью для любой организации, а также оставление или рост овладения уже занятых позиций на рынке или его определенном сегменте, неизменное приобретение прибыли, а также ее рост.

Для достижения поставленной заранее цели нужна нацеленность компании на увеличение чистой прибыли, что, в свою очередь, может быть завоевано путем снабжения высокой конкурентоспособности.

Увеличение конкуренции на внешнем и внутреннем рынке порождено увеличением глобализации мировой экономики, ростом темпов и масштабов видоизменений в технологической среде производства.

Сегодня продукт, производимый в многочисленных отраслях российской промышленности, не может конкурировать на мировом рынке. Это повергает к уменьшению конкурентоспособности экономики страны.

Доминирование сырьевой структуры российской промышленности предопределяет актуальность повышения конкурентоспособности национальной экономики.

На сегодняшний день в нынешних условиях управления компанией, выявляют новые требования к поведению организации на различных сегментах рынка. Требования определены воздействием внутренних и внешних факторов, таких как государственное урегулирование функционирования компании, а также нуждаемость в росте конкурентоспособности организаций.

Конкурентоспособность определена политическими, экономическими и социальными факторами состояния компании на внешних и внутренних рынках. Конкурентность на определенном сегменте рынка зависит непосредственно от определенных факторов результативности ведения бизнеса предприятия, которые являются сильной стороной компании наряду с конкурентами.

Благодаря собственным преимуществам компании есть возможность вытеснить конкурентов с рынка, благодаря этому повысить объем продаж товаров и услуг, в установленной грани влиять на среднерыночный уровень цен за счет манипулирования объема продаж, а так же повысить чистую прибыль компании. Рассмотрение внутренней среды предприятия, а также что связано с ним (предприятием) появляется возможность дать оценку потенциалу в осуществлении стратегий компании.

Во внутренней и внешней среде существует множество определенных характеристик, с помощью которых у нас есть возможность оценить уровень конкурентоспособности компании. Применение этих характеристик позволит сформировать конкурентоспособность в свою сторону, то есть оказать направленное влияние на конкурентную среду.

Конкурентоспособность компании не будет стабильной характеристикой: это будет определяться способностью вести выигрышную конкурентную борьбу, а также противоборствовать в нужный момент времени главным и крупным конкурентам. Отклонения во внутренней и внешней среде обуславливают изменения определенных достижений сравнительно других организаций в определенной отрасли.

Отталкиваясь из вышесказанного, можно утвердить, что конкурентоспособность компании – это относительный взгляд, потому что его, возможно, назначить лишь на основе сравнения некоторых характеристик организации, с другими характеристиками подобных компаний.

Но нельзя однозначно сказать об безотносительной конкурентоспособности компании: оно может быть первой в своей отрасли и быть не конкурентоспособным на международных рынках.

ЛИТЕРАТУРА

1. Овчинникова В. В. Глобальная конкуренция. - М.: Академия исследований будущего, 2011. - 280 с.
2. Философова Т. К. Конкуренция. Конкурентоспособность. – М.: Юнити-Дана, 2012 г. – 132 с.
3. Царева А. Т. Оценка конкурентоспособности компании. – М.: Юнити-Дана 2011 г. – 312 с.
4. Тресков А. Г. Современная конкуренция. – М.: Маркет ДС 2012 г. – 467 с.

КАЙДЗЕН В ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ

А.А.Никитин

(г. Томск, Томский политехнический университет)

KAIZEN IN INNOVATION TECHNOLOGYS

A.A. Nikitin

(с.Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

This article about future innovation system «Kaizen».

Кайдзен – японская теория менеджмента, ставшая популярной благодаря японскому гурзу менеджмента Масааки Имаи, а еще фирмы Toyota, в которой кайдзен был внедрен 60 лет назад как философия управления и заслуги лидерских позиций на мировом рынке. В данной статье я рассмотрю способности и взгляды кайдзен, условия внедрения данной системы, а также возможности ее применения в России.

Слово кайдзен состоит из двух иероглифов: KAI – "изменение" и ZEN – "мудрость", "хороший", "к лучшему". Таким образом, под кайдзен предполагают неизменное рвение к совершенствованию. Суть менеджмента кайдзен в постоянном усовершенствовании всех функций бизнеса, от производства до высшего управления, от начальника до рядового рабочего, а также в устранении только лишнего. В Японии этот способ употребляют компании Toyota, Nissan, Canon, Honda, Komatsu, Matsushita.

Сегодня кайдзен является одной из главных концепций менеджмента. Будучи органичной и натуральной для Японии, она может быть очень уместна и эффективна и для бизнесов других стран в силу своей экономичности и последовательности. По понятию Масааки Имаи, она применима не только в больших, но также в средних и малых компаниях. Однако это во многом зависит от самих организаций, ментальности людей и критерий применения.

В базе философии менеджмента кайдзен лежит некоторое количество фундаментальных принципов:

- Кайдзен и менеджмент.
- Процесс, а не итог.
- Следуй циклам PDCA/SDCA.