

ных показателей функционирования, которые собираются достичь. Основываясь на выстроенную систему, определяются задачи, образуя политику ценообразования продавца. Решения поставленных задач и есть механизм ценообразования.

На конкурентоспособность компании оказывают действие ряд причин:

1. Динамика масштабов долговременного спроса. Повышение либо убавление долговременного спроса служит главным моментом при принятии решений по инвестированию для роста производительной силы фирмы.

2. Научно-технические инновации. Нередкие научно-технические новшества в способах производства, объем инвестиций позволяют повышать значимость результата срока жизни продукта.

3. Рекламные инновации. Периодично организации предлагают рынку собственную продукцию, воспользовавшись свежими методами, постаравшись повысить потребительский энтузиазм, минимизировать расходы на единицу продукции. А значит, они ставят новейшие возможности, которые изменяют условия конкурентной борьбы и позиции организаций конкурентов.

4. Динамика лидерства. Характеризует вход в конкурентную борьбу и вход из нее больших компаний.

5. Диффузия достижений. В случае если свежая разработка делается знакомой конкурентам, поставщикам, покупателям, то снижаются препятствия для вхождения в ветвь.

6. Динамика эффективности. При выходе в свет в секторе экономики новейших успешных масштабов производства, которые сбавят потери на единицу продукции, большие компании имеют все шансы обязать иные компании к стратегиям.

7. Покупательские предпочтения. Нередко увеличивающееся количество потребителей характеризует, что продукты группового употребления по невысоким расценкам абсолютно угождают их вкусам и предпочтениям аналогично, скажем продукты с наиболее высочайшими тарифами, позволяющие выбора.

8. Государственное регулирование рынка. Воздействия страны через собственные университеты, включая регулировку финансовых взаимоотношений, также перемена государственной политики, имеют все шансы повлиять на рынок и конкурентоспособные условия.

9. Подъем детерминации. Означает сокращение неопределенности и риска. Присутствует немного путей увеличения конкурентоспособности компании:

1. Постоянное использование нововведений.

2. Поиск новейших, наиболее идеальных форм выпускаемого продукта.

3. Выпуск продукции такого свойства, которое бы отменяло государственными и крупными стереотипам.

4. Сбыт продуктов в те разделы рынка, где высочайшие требования к качеству и сервисному обслуживанию.

5. Использование лишь качественного сырья и материалов.

6. Многократное изучение и переподготовка кадров.

7. Увеличение материальной заинтересованности сотрудников и совершенствование условий труда.

8. Проведение рекламных исследований рынка, с целью установления потребностей клиентов.

9. Анализ собственных соперников, для раскрытия личных крепких и слабых сторон.

10. Поддержание контактов с научно-исследовательскими организациями и инвестирование научных исследований, нацеленных на увеличение качества продукции.

11. Применение более успешных маркетинговых мероприятий.

12. Регистрация собственного товарного символа и применение фирменных марочных изделий. Используя данные пути, предприятие может увеличить как собственную конкурентоспособность, но и закрепить собственную экономическую стабильность. Трудности увеличения конкурентоспособности отечественной продукции считаются одними из наиболее актуальных. Нужно, чтоб они находили свое решение на уровне отечественных ареалов, т. к. именно здесь случается конкретное олицетворение в жизнь планируемых планов. На коротком отрезке времени нужно предпринять старания, как со стороны исправной власти, так и бизнеса, чтоб сельское хозяйство могло обновить обветшавшие сельскохозяйственные машины, принимать на вооружение заслуги технологического прогресса и перенимать навык иных государств. Вместе с поддержкой российских изготовителей конкурентоспособной продукции, нужно улучшать рыночную инфраструктуру на товарном и потребительском рынках, ликвидировать негативное воздействие на конкурентную борьбу со стороны монополистов и различного рода посредников. Нужно облегчить доступ производителей сельхозпродукции на потребительский рынок. Стойкое увеличение конкурентоспособности компании, быть может, обеспечено лишь если соблюдать условие долговременного, нескончаемого и поступательного улучшения всех моментов конкурентоспособности.

### **Секция «Логистика в отраслях и сферах деятельности», научный руководитель – Федоренко Р.В., канд. экон. наук**

#### **НАСТОЯЩЕЕ И БУДУЩЕЕ РОБОТОТЕХНИКИ В ОБЛАСТИ ЛОГИСТИКИ**

Храмцова Е.Р., Сологубова Н.А.

*Самарский государственный экономический университет,  
Самара, e-mail: sologubova.nadya2013@yandex.ru*

Эволюция информационных технологий привела к появлению нового класса машин – роботов – с соответствующим научным направлением – робототехника. В настоящий момент робототехника является одной из наиболее интенсивно развивающихся областей, основная задача которой заключается в комплексной автоматизации производственной и общественной жизни людей.

«На сегодняшний день рынок робототехники растет стремительными темпами. По данным исследовательской компании IDC, в 2015 объем мирового рынка робототехники составил около \$71 млрд. с уровнем роботизации производства – 10%. По прогнозам многих аналитиков, уже к 2020 году эти показатели могут превысить сумму в \$130 млрд., а к 2025 году роботизации подвергнется 45% всего мирового производства» [1, с.39].

Многие профессионалы говорят о новых тенденциях и технологиях в области логистики. Но что насчет будущего робототехники в области логистики? В основном, роботы используются на заводах для выполнения повторяющихся задач, требующих скорости, точности и силы.

Сегодня, современное состояние робототехники меняется. Теперь, эти роботы двигаются, начинают подражать и выглядеть как люди. Они начинают выполнять такие же задачи, что и люди, повторяя за ними. Роботы управляются на расстоянии и выполняют задания без контроля человека.

Применение такой технологии в области логистики расширяется. Роботы могут передвигать поддоны, сортировать ящики на поддонах, и загружать их на грузовик для LTL / TL грузового движения. Также после получения груза, роботы могут разгрузить грузовик и поставить поддоны там, где это необходимо. Такая технология повышает эффективность погрузо-разгрузочных работ, способствует общему повышению производительности труда, снижению себестоимости продукции.

Наряду с погрузо-разгрузочными работами, очень трудоемким является ручное паллетирование. При внедрении современных, полностью автоматических роботизированных систем, трудозатраты на паллетирование, могут быть сведены практически к минимуму. Вот почему, современные компании, внедряют роботов для паллетирования, перемещения, погрузки, разгрузки, складирования, выполнения технологических операций, учета и передачи данных в отделе сбора информации и учета.

Именно паллетирование выступает ключевой частью технологии в области логистики, являясь естественной отправной точкой для будущего широкого применения роботов.

Более 17 млн. двадцатифутовых эквивалентных единиц (ДФЭ) импортируются в США каждый год. Большинство из них максимально загружены. Разгрузка контейнеров и грузовиков, когда никакие поддоны не используются, может быть очень опасной, это может привести к травмам рабочих, непосредственной разгрузке или повреждению товаров.

На складах роботизированные решения часто рассматриваются в качестве альтернативы дорогостоящему ручному труду.

Применение робототехники для удовлетворения растущего спроса на современные технологии в таких областях логистики как складское хозяйство, предоставляет решения для автоматизации большинства ключевых процессов и операций. Роботы помогают повысить эксплуатационную эффективность складов и центров распределения, обеспечивая:

- снижение уровня травматизма работников;
- снижение повреждения товаров;

• снижение потерь в результате краж: кражи часто происходят перед тем, как товар выгружается на склад. Благодаря роботизированной разгрузке, существует меньший риск кражи товаров.

Современные роботы все чаще конструируются по образу и подобию человека. Специалисты говорят, что они выбирают человеческую форму по социальным и техническим причинам. Роботы, которые работают в закрытом помещении, в частности должны уметь перемещаться свободно, открывать двери, переключать рычаги, разработанные для людей. Кроме того, одной из характеристик современных роботов должно стать свободное общение с человеком в процессе работы.

«Примером такого решения является робот-гуманоид от компании RoboThespian™. Этот робот с самого начала был разработан как гибкий коммуникационный носитель. Главной задачей устройства является взаимодействие с человеком на коммуникативном уровне.» [2]

«И наконец, на что похоже будущее робототехники? По данным отчета исследовательской фирмы

Freedonia Group мировой спрос на роботов увеличивается почти на 11% в год и к концу 2016 года может достичь \$20,2 млрд, опережая как мировую экономику в целом так и производственную деятельность. В Соединенных Штатах, прогноз роста спроса составляет 15% в год, уступая только Китаю (17%)» [3, с.4].

Успехи по созданию новых образцов робототехники впечатляют. Среди значительных преимуществ внедрения инноваций, главным представляется тот факт, что роботы облегчают труд человека, освобождают время и энергию, которые можно использовать для других, творческих целей. Вся техника создается для людей. Мы можем представить, что со временем все больше операций будут автоматизированы, но нашими клиентами всегда будут живые люди. Человеческое внимание, профессионализм, отзывчивость, забота и искренняя улыбка останутся главной ценностью любой самой инновационной компании.

#### Список литературы

1. Аналитическое исследование: Мировой рынок робототехники. [Электронный ресурс] // [http://robotforum.ru/assets/files/000\\_News/NAURR-Analiticheskoe-issledovanie-mirovogo-rinka-robototekniki-%28yanvar-2016%29.pdf](http://robotforum.ru/assets/files/000_News/NAURR-Analiticheskoe-issledovanie-mirovogo-rinka-robototekniki-%28yanvar-2016%29.pdf). // – 2016. – 157 с.
2. Приходько Д. Роботы способны частично заменять людей уже сегодня. [Электронный ресурс] // <https://3dnews.ru/812873>. – 2014.
3. World Robots. [Электронный ресурс] // <http://www.freedoniagroup.com/brochure/29xx/2950smwe.pdf>. – 2012. – 289 с.

### ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЗАКУПНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

Шаталова Е.А.

*Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Ростов-на-Дону,  
e-mail: kateshatalova@yandex.ru*

В условиях рыночной экономики одним из основных элементов организации бизнеса является система организации коммерческой деятельности. Коммерческая деятельность в сфере товарного обращения – это совокупность коммерческих операций и процессов, направленных на эффективную покупку и продажу товаров, а также их доведение до потребителей с целью получения прибыли.

«Потребительский рынок – это совокупность частных лиц и домохозяйств, приобретающих товарную продукцию и услуги для личного некоммерческого использования. Характеризуется высокой конкуренцией, обилием и разнообразием товара, децентрализованной структурой. Состоит из множества субъектов, на экономическое поведение которых влияют социокультурные, личные и психологические факторы.»

Структура потребительского рынка включает торговлю, общественное питание, услуги (бытовые, коммунальное обслуживание) и т.д.

Организация деятельности на потребительском рынке невозможна без осуществления закупок с целью, дальнейшей перепродажи всех приобретенных товаров. Для того чтобы максимизировать прибыль, предпринимателю необходимо удовлетворить потребительский спрос, а для того чтобы удовлетворить потребительский спрос нужно закупить все требуемые виды товаров, в нужном количестве и качестве и сделать всё это с наименьшими затратами. Поэтому основную задачу закупочной деятельности на потребительском рынке можно рассматривать как выгодное приобретение товара в целях удовлетворения потребительского спроса.

В каждом конкретном случае коммерсанты учитывают условия, в которых работает торговое предприятие, функционирующее на потребительском рынке, условия прогноза, информационное обеспечение и другие факторы.