

жать замедления развития и даст возможность улучшать изобретения.

Литература

1. Boldrin M. and Levine D., *Against Intellectual Monopoly*, Cambridge University Press, 2010. [Электронный ресурс] Дата доступа: 26.09.2016 Режим доступа: <http://levine.sscnet.ucla.edu/general/intellectual/against.htm>

УДК 338

УВЕЛИЧЕНИЕ ОБЪЕМА ПРОДАЖ – ОСНОВНОЙ ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Кукенгеймер В.В., студентка 4-го курса
Научный руководитель Могхарбел Н.О., канд. экон. наук, доцент
кафедры «Экономика и управление»

Волгоградский государственный технический университет
Волгоград, Россия

В настоящее время главной целью любого предприятия является получение максимальной прибыли, при этом необходимым условием без которого данная цель не может быть достигнута выступает увеличение объема продаж. Так как предприятие получает определенную сумму дохода с каждого рубля реализуемых товаров, то задача максимизации прибыли вызывает необходимость постоянного увеличения объема продаж как основного фактора роста доходов и прибыли, относительного снижения расходов на реализацию и оплату труда. Так как в настоящий момент существует множество фирм, выпускающих однородную продукцию, то между ними существует жесткая конкуренция. Каждая фирма стремится к выпуску качественной, недорогой, конкурентоспособной продукции и услуг по сравнению с аналогами. И хочет сделать все, чтобы ее продукция была конкурентоспособной. Повышение объема реализованной продукции при условии ее рентабельности дает реальный рост

прибыли. В случае убыточного производства увеличивать продажи нет смысла, ведь это приведет к падению доходов предприятия. Как правило, выход на рынок фирм-соперников или похожей продукции приводит к уменьшению спроса. Утечка постоянной клиентуры, закупочные просчеты, издержки складского хранения, – все это также ведет к падению продаж. С помощью увеличения объема продаж фирма станет одним из сильнейших конкурентов. Увеличить объемы продаж можно посредством привлечения новых потребителей и маркетинговым сопровождением разработки и продвижения новой продукции. Только при помощи данных факторов можно обеспечить заинтересованность крупных инвесторов и финансовых посредников в деятельности предприятия.

УДК 330.101.8

ВЛИЯНИЕ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ НА ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ САМОРАЗВИТИЕМ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Кулаковская Е.Н., магистрант

Белорусский национальный технический университет
Минск, Республика Беларусь

Оценка качества обучения приобретает особую актуальность в связи с поиском эффективных механизмов устойчивого развития системы профессионального образования. Очевидно, что эффективная модернизация экономики невозможна без повышения престижа и качества профессионального образования, вследствие чего объективной потребностью профессионального образования является обеспечение высокого уровня профессиональной подготовки современного специалиста.

В настоящее время компетенция саморазвития является базовой составляющей выпускника различных ступеней образования.

Традиционная система балльных оценок не всегда отражает качественное изменение обучающегося в процессе обучения, в связи с