

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования
«Полоцкий государственный университет»

**УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ:
МЕЖДУНАРОДНЫЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ**

Электронный сборник статей

II Международной научно-практической конференции,
посвященной 50-летию Полоцкого государственного университета

(Новополоцк, 7–8 июня 2018 г.)

Новополоцк
Полоцкий государственный университет
2018

Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты
[Электронный ресурс] : электронный сборник статей II международной научно-практической конференции, посвященной 50-летию Полоцкого государственного университета, Новополоцк, 7–8 июня 2018 г. / Полоцкий государственный университет. – Новополоцк, 2018. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

Впервые материалы конференции «Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты» были изданы в 2012 году (печатное издание).

Рассмотрены демографические и миграционные процессы в контексте устойчивого развития экономики; обозначены теоретические основы, практические аспекты управления человеческими ресурсами; выявлены и систематизированы драйверы инклюзивного экономического роста в Беларуси и за рубежом; раскрыты актуальные финансовые и экономические аспекты развития отраслей; приведены актуальные проблемы и тенденции развития логистики на современном этапе; отражены современные тенденции совершенствования финансово-кредитного механизма; освещены актуальные проблемы учета, анализа, аудита в контексте устойчивого развития национальных и зарубежных экономических систем; представлены новейшие научные исследования различных аспектов функционирования современных коммуникативных технологий.

Для научных работников, докторантов, аспирантов, действующих практиков и студентов учреждений высшего образования, изучающих экономические дисциплины.

Сборник включен в Государственный регистр информационного ресурса. Регистрационное свидетельство № 3061815625 от 23.05.2018.

Компьютерный дизайн М. С. Мухоморовой
Технический редактор А. Э. Цибульская.
Компьютерная верстка Т. А. Дарьяновой.

211440, ул. Блохина, 29, г. Новополоцк, Беларусь
тел. 8 (0214) 53 05 72, e-mail: a.lavrinenko@psu.by

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕХАНИЗМОВ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

*С.Н. Костюкова, канд. экон. наук, доц., Р.В. Керимов, магистрант,
Полоцкий государственный университет, г. Новополоцк, Республика Беларусь*

Конкурентоспособность предприятия играет важную роль в обеспечении эффективного его функционирования.

Достойное конкурентное преимущество предприятия – это превышение качественных и количественных показателей деятельности предприятия перед своим конкурентами, работающими в данной отрасли. Благодаря этим качествам потребители делают выбор именно в сторону данного предприятия, т.к. предприятие по ряду признаков является более привлекательным как для действующих потребителей, так и для потенциальных.

Преимущество в конкурентной борьбе может быть получено путем создания товаров, которые как по качеству, так и по сервисному обслуживанию превосходят своих конкурентов. За счет этого они могут завоевать большую долю рынка продаж, что существенно повлияет на общую конкурентоспособность предприятия. Это позволит не только повысить объемы продаж, но и в перспективе привлечь новых потребителей, что в свою очередь даст фору остальным конкурентам и поможет безболезненно выходить победителем в конкурентной борьбе.

Конкурентоспособность не является всеобъемлющим понятием в деятельности предприятия, это говорит о том, что конкурентоспособность может быть получена и проанализирована только в рамках той сферы деятельности, в которой работает данное предприятие.

Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь определяет в качестве приоритетных направлений развитие повышение конкурентоспособности, как самих организаций, так и их продукции [1].

Однако, большое количество убыточных предприятий и низкая рентабельность производимой продукции, кроме всего прочего могут свидетельствовать, как о неблагоприятной обстановке в сфере бизнеса, так и о неэффективном финансовом менеджменте, но так же и о недостаточных знаниях и умениях организовать управление собственной конкурентоспособностью. В настоящее время следует отметить неприспособленность существующих методов оценки конкурентоспособности для организаций. В первую очередь это выражается в неадаптированности механизма оценки факторов при матричных методах и отсутствии учета особенностей динамичности деятельности фирм (срочность и высокая стоимость, длительность производственного цикла, вовлечение в процесс множества исполнителей или контрагентов и др.). В связи с этим необходима адаптация существующих методик.

По авторскому мнению в качестве общедоступных могут быть предложены следующие направления повышения конкурентного преимущества промышленного предприятия:

1) автором предлагается усовершенствованная методика по оценке внутренних факторов организации, построенная на основании методики, предложенной С. Ф. Курган по использованию интегрального индекса для оценки региональной конкурентоспособности [2].

Методика предполагает расчет индекса стратегической оценки факторов внутренней среды организации в несколько этапов, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Содержание этапов методики расчета интегрального индекса стратегической оценки факторов внутренней среды организации

Номер этапа	Содержание этапа
Первый этап	Утверждение состава групп оцениваемых факторов
Второй этап	Присвоение каждому групповому компоненту индивидуального удельного веса, отображающего относительную важность группы показателей в общей структуре при расчете индекса конкурентоспособности на основе опроса мнения экспертов
Третий этап	Определение состава факторов, формирующих каждый групповой компонент (таблица 2)
Четвертый этап	Присвоение экспертным путем каждому фактору соответствующего балла по шкале от 1 до 5 (1 – наихудшее значение показателя, 5 – наилучшее значение показателя соответственно), представлено в таблице 2
Пятый этап	Расчет сводного индекса показателей каждого компонента по формуле (1).
Шестой этап	Расчет интегрального индекса конкурентоспособности организации по формуле (2).
Седьмой этап	Идентификация позиции организации в отрасли по уровню ее конкурентоспособности (таблица 4).

Источник: собственная разработка.

Согласно методике на четвертом этапе определяется состав факторов, формирующих каждый групповой компонент (табл. 2).

Таблица 2. – Состав факторов для проведения оценки факторов внутренней среды организаций

Наименование группы компонентов (уд. вес)	Факторы	Экспертная оценка, балл
1	2	3
Финансово–экономический компонент (β1)	Объем производства продукции	X1
	Объем производства продукции (полный цикл пр-ва)	X2
	Оценка ликвидности организации	X3
	Оценка финансовой устойчивости организации	X4
	Рентабельность	X5
Человеческий компонент (β2)	Численность персонала предприятия	X1
	Средний размер заработной платы	X2
	Средний возраст работников	X3
	Среднегодовая выработка на одного работника	X4
Инвестиционный компонент (β3)	Объем средств, вложенных в приобретение лицензии, патентов и т.д.	X1
	Объем капитальных вложений на модернизацию основных средств	X2
Технологический компонент (β4)	Объем капитальных вложений под программу перевооружения	X1
	Оснащенность оборудованием	X2
	Оснащенность машинами и механизмами	X3
	Оснащенность автотранспортом	X4

Источник: собственная разработка.

На шестом этапе производится вычисление сводного индекса (I_{CBj}) j -й группы компонентов по формуле 1.

$$I_{CBj} = \sum_i^n \frac{x_i}{n}, \quad (1)$$

где I_{CBj} – сводный индекс показателей j -й группы компонента ($j = 1; k$),
 k – количество компонентов;
 x_i – позиция i -го фактора x в рейтинге, выраженная в баллах ($l = 1; n$),
 n – количество факторов в группе.

Седьмой этап – расчет интегрального индекса оценки конкурентоспособности организации (I_u), производится по формуле 2.

$$I_u = \sum_j^K \beta_j \cdot I_{CBj}, \quad (2)$$

где I_u – интегральный индекс конкурентоспособности организации;
 β_j – показатель относительной важности j -й факторов группы (в процентах);
 I_{CBj} – сводный индекс показателей j -й группы компонентов.

Завершающим этапом методики является идентификация исследуемой организацией своей позиции на рынке на основе разработанной автором шкалы (табл. 3).

Таблица 3. – Шкала оценки конкурентоспособности организаций

Позиция организации в отрасли по уровню конкурентоспособности	Критерии оценки
Лидер рынка	4-5 балла
Сильная конкурентная позиция	3-4 балла
Умеренная конкурентная позиция	2-3 балла
Слабая конкурентная позиция	1-2 балла
Аутсайдер рынка - рискует покинуть рынок	0-1 баллов

Источник: собственная разработка.

В соответствии с разработанной автором методикой организация может выстроить обоснованную стратегию дальнейшего развития с четким пониманием собственной доли и места на конкретном рынке региона или отрасли. Также практическая направленность разработанного метода состоит в том, что потенциальные стратегии, построенные компании на основе этого метода, позволят оценить собственную позицию на рынке также с точки зрения величины влияния компонентов на ее конечный успех, т.е. приведенный автором метод позволит организациям строить конкурентные стратегии с учетом выделения наиболее сильных компонентов в собственной организации

2) для более эффективного функционирования предприятий, необходимо применять новые продукты на рынке IT-технологий для совершенствования маркетинговой деятельности. Так как на предприятиях не используются CRM-системы можно предложить ее развитие. Тем самым можно будет эффективно следить и управлять за развитием конкурентной среды предприятия.

Введение CRM-системы поможет собирать информацию о клиентах предприятия и упрощать работу на предприятии. У любой организации есть клиенты. Есть их координаты, телефоны, электронные адреса, контактные лица и еще масса полезной информации. Всю

эту информацию где-то нужно хранить, анализировать и структурировать. Для всех этих целей и предназначена CRM-системы, которые являются не только корпоративным хранилищем ценной информации о клиентах, но и мощным инструментом для контроля сбытовой ситуации. Существует и возможность анализа для выработки конкретных управленческих решений [3].

Система предназначена для осуществления контроля, планирования и мониторинга процессов коммерческой организации в рамках взаимоотношения с клиентами как в режиме краткосрочной, так и в режиме долгосрочной перспективы.

При этом Система должна обладать следующими характеристиками (табл. 4).

Таблица 4. – Характеристики CRM-системы

Характеристика	Номинальное значение	Максимальное значение
Количество хранимых заявок (проектов в Системе)	10 000	100 000
Количество активных заявок (для всех пользователей)	5 000	10 000
Количество активных заявок (для одного пользователя)	50	100
Количество зарегистрированных пользователей	100	1 000
Количество одновременно работающих пользователей	50	200
Количество контрагентов (клиенты и поставщики)	2 000	20 000

Источник: собственная разработка на основании [4].

Под номинальными значениями понимаются такие значения, при которых обеспечивается требуемый уровень производительности Системы и комфорта работы пользователей, под максимальными – при которых гарантируется сохранение функциональности Системы в полном объеме.

Главные выгоды от практики внедрения (использования) программного продукта (применительно к предприятию):

- увеличение клиентской базы на 15% (предполагаемы прирост выручки на 0,4%);
- снижение расходов на реализацию на 0,01%;
- сокращение себестоимости продукции на 0,11% за счет повышения объемов продаж, совершенствования сайта и внедрения CRM-системы.

Для расчета эффективности взяты именно эти показатели, чтобы показать насколько будет эффективно внедрение системы при минимальных выгодах от этого внедрения.

Таким образом, конкурентоспособность организации – основа конкурентоспособности национальной экономики. В этой связи повышение конкурентоспособности производимых внутри страны товаров прописано законодательно. Поэтому изучение механизмов совершенствования конкурентоспособности является актуальной задачей. Механизмы повышения конкурентоспособности представляют собой набор средств и методов регулирования деятельности предприятий, целью которого является содействие успеху этих предприятий в межфирменном соперничестве на мировом рынке. Эти меры включают арсенал средств промышленной политики, в том числе научно-исследовательской и инновационной, меры по содействию продаж национальной промышленности за рубежом и создание торгово-политических условий для реализации продукции на мировом рынке. В качестве решения данной проблемы различными авторами предлагаются различные направления совершен-

ствования. Автором в качестве рекомендаций по совершенствованию деятельности предприятия предложены направления укрепления конкурентной позиции предприятия: 1. Разработка новой методики оценки конкурентоспособности предприятия. 2. Внедрение CRM-системы и оптимизация сайта под CRM. Данные мероприятия отличаются новизной и при системном подходе к управлению конкурентоспособностью могут быть успешно вписаны в управленческую модель любого промышленного предприятия.

Список использованных источников

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. одобрена Национальной комиссией по устойчивому развитию Республики Беларусь (прот. № 11/15 ПР от 6 мая 2004 г.) и Президиумом Совета Министров Республики Беларусь (прот. № 25 от 22 июня 2004 г.) [Электронный ресурс]. – Минск, 2004. – Режим доступа: http://un.by/images/library/thematic-publications/sustainable-development/OON_sMall_Rus.pdf. – Дата доступа: 10.04.2018.
2. Курган, С.Ф. Использование интегрального индекса для оценки показателей региональной конкурентоспособности / С.Ф. Курган // Экономическая теория в XXI веке: поиск эффективных механизмов хозяйствования : материалы межд. науч.-практ. конф., Новополоцк, 23-24 окт. 2014 г. в 2 ч. – С. 279-283.
3. Ольга Саутенкова, Норбит. CRM и ROI: выбираем и рассчитываем. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.intalev.ru/agregator/it/id_22092/ Дата доступа: 12.03.2018
4. Сайт «АйТи: Развитие систем управления предприятием» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.ci.ru/inform11_00/p07it.htm. – Дата доступа 02.03.2018