

Во II квартале 2022 г. наблюдался рост спроса на грузоперевозки между Беларусью и азиатским регионом. Через Российскую Федерацию работает маршрут Беларусь – Турция, Грузия, Казахстан, Узбекистан, Армения. Отмечен спрос на перевозки автомобильным и железнодорожным транспортом и в обратном направлении – из Турции, Грузии и Казахстана в Беларусь [5].

Кроме того, в рамках развития коридора Север – Юг Белорусская железная дорога совместно с партнерами запустила курсирование ускоренного поезда по маршруту Беларусь – Россия – Азербайджан. Он позволяет за 7 суток доставлять грузы, производимые в Беларуси, в Азербайджан.

За 7 месяцев 2022 года в пять раз увеличилось количество отправленных контейнерных поездов из Беларуси в Китай. За январь — июль 2022 года объем торговли товарами между Беларусью и Китаем составил 3,07 млрд долларов, что на 10,2 % выше показателя аналогичного периода 2021 года. Причем белорусский экспорт в КНР вырос на 98,9 % до 943,3 млн долларов. Основные точки роста экспорта: калийные удобрения, продовольствие, лесоматериалы, специфические товары [5].

Рынок транспортно-логистических услуг имеет важное значение для экономики Беларуси. В 2021–2022 гг. рынок транспортно-логистических услуг продолжает пребывать в состоянии рецессии, что обуславливается кризисом в мировой экономике, вызванном пандемией COVID-19. Для Республики Беларусь за счет выгодного географического положение особое значение приобретает транзит и поиск новых перспективных рынков транспортных услуг. Транспортные услуги оказываются железнодорожным, автомобильным, воздушным, внутренним водным и трубопроводным видами транспорта. Интегрирование логистической системы республики в мировую экономику возможно при реализации преимуществ географического положения страны, рациональном использовании существующих транспортных сетей, оптимальном расположении логистических центров. Проведена трансформация логистических цепочек с ориентацией на Азию, наметился рост контейнерных перевозок.

Список использованных источников

1. О Программе развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 29 авг. 2008 г., № 1249 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2022.

2. Об утверждении республиканской программы развития логистической системы и транзитного потенциала на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 18 июл. 2016 г., № 560 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2022.

3. Об утверждении Концепции развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2030 года [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 28 дек. 2017 г., № 1024 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2022.

4. Транспорт в Республике Беларусь. Статистический буклет. – Минск, 2022. – 28 с.

5. Как льготные тарифы помогают транзиту белорусских грузов через Россию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ilex.by/kak-lygotnye-tarify-pomogayut-tranzиту-belorusskih-gruzov-cherez-rossiyu/>. Дата доступа: 21.10.2022.

Е. В. Зацепина

**Брестский государственный технический университет
НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ
СТРАТЕГИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ
ОРГАНИЗАЦИЙ**

E. Zatsepina

**Brest State Technical University
DIRECTIONS FOR IMPROVING THE EFFICIENCY OF MANAGING
THE STRATEGIC COMPETITIVENESS OF PRODUCTION ORGANIZATIONS**

Аннотация. На основе модели волновой динамики в статье раскрывается целесообразность обновления активной части основных средств с использованием коэффициента новиз-

ны для повышения эффективности управления стратегической конкурентоспособностью производственных организаций.

Annotation. Based on the wave dynamics model, the article reveals the expediency of updating the active part of fixed assets using the novelty coefficient to increase the efficiency of managing the strategic competitiveness of production organizations.

Ключевые слова: СТРАТЕГИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, ТЕМП РОСТА, ТРАЕКТОРИЯ РАЗВИТИЯ, ОСНОВНЫЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ФОНДЫ.

Keywords: STRATEGIC COMPETITIVENESS, GROWTH RATE, DEVELOPMENT TRAJECTORY, FIXED ASSETS.

Для любой производственной организации, осуществляющей свою деятельность в условиях риска и неопределенности, существует проблема постоянного роста и развития конкурентоспособности. Концепция конкурентоспособности часто переплетается с концепцией инновационной деятельности, которая рассматривается как один из важнейших источников конкурентных преимуществ, особенно в условиях стремительно меняющегося мира, где технологический прогресс и либерализация торговли привели к расширению масштабов экономического взаимодействия.

Благодаря внедрению инноваций происходит обновление производственной базы на основе использования энергоэффективных, низкочувствительных, наукоемких технологий, применения более дешевых, устойчивых к внешним воздействиям, экологически чистых видов сырья. В результате повышается качество и снижается себестоимость производимых изделий, улучшаются их потребительские характеристики.

Представим траекторию развития стратегической конкурентоспособности производства ($TP^{СКП}$) как функцию нескольких параметров, один из которых характеризует результаты внедрения инновационной технологии (ИТ), второй – результаты функционирования действующей технологии (ДТ), характеризующей инерционное движение (рисунок 1).

Абсолютное значение траектории развития можно определить суммой значений функций ИТ и ДТ. Всего на рисунке изображены три цикла, каждый из которых разделен на 4 фазы: фаза 1_1 (а также 1_2 и 1_3) – возрождение организации с новой инновационной технологией; 2_1 (2_2 и 2_3) – рост производства; 3_1 (3_2 и 3_3) – падение производства и устаревание технологий; 4_1 (4_2 и 4_3) – стагнация и необходимость поиска новых инновационных технологий.

На рисунке зафиксировано, что $f(TP^{СКП})$, хотя и имеет волновой характер, но в стратегическом периоде растет (начало каждого нового цикла находится выше предыдущего, так как для решения традиционных социальных задач – повышения уровня и качества жизни населения – масштабы производства в долговременном периоде должны расти).

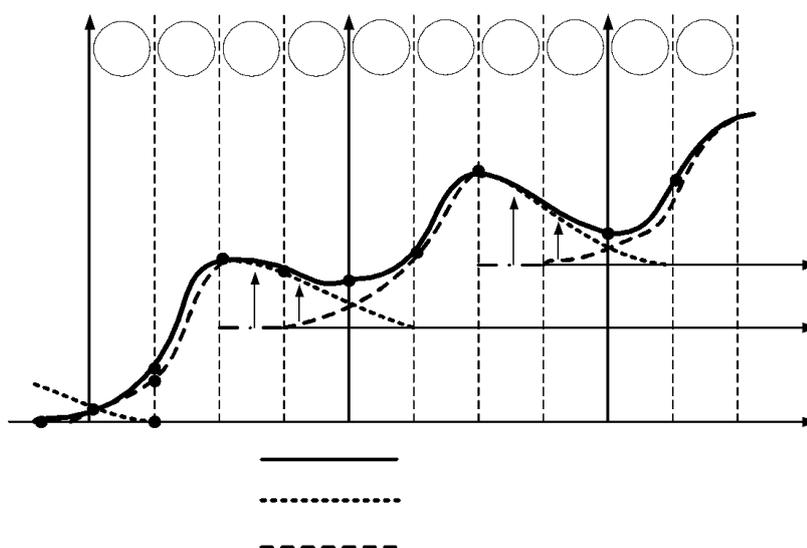


Рисунок 1 – Траектория и фазы развития стратегической конкурентоспособности производства [1]

На отрезке волны (на границе 1-й и 2-й фаз) указана точка G, ниже которой темпы роста TP^{CKII} благодаря повышающимся темпам производства продукции, обновленной в процессе внедрения инновационной технологии, растут быстрее, чем над точкой G. В точке G производство и продажа продукции «прежней» технологии в основном прекращается; темпы роста траектории постепенно снижаются и становятся равными нулю в точке D; ниже этой точки продукция с «обновленной» технологией приобретает статус «прежней», поэтому ее пунктирное изображение меняется на точечное. От точки A до точки B организация реализует «новую» продукцию в небольших объемах из-за недостаточных объемов ее выпуска. Одновременно продолжается реализация «старой» продукции, но тоже в ограниченных объемах из-за снизившегося спроса.

Жизненный цикл «старой» продукции заканчивается в точке C. В точке B начинается масштабный выпуск продукции с «обновленной» технологией и ее реализация (фаза 2). Фаза 2 завершается в точке D (экстремум в TP^{CKII}); от этой точки (и правее – ниже) начинается кризис. «Новая» продукция, производившаяся в фазе 2, морально устареваема, поскольку устареваема технология, снижаются объемы производства и продаж; такая ситуация сохраняется до точки F – окончания текущего цикла, начала следующего.

Сам кризисный период (нисходящая ветвь волны) разделен на две фазы – 3 и 4, и именно они принципиально важны для сохранения конкурентоспособности организации к началу возникновения следующих волн. Здесь должны быть активизированы усилия стратегического маркетинга организации по укорочению ниспадающей части волны (укорочению отрезков волны в фазах 3 и 4). Своевременное и качественное выполнение этой задачи обеспечит резерв стратегической конкурентоспособности [1].

Обновление активной части основных средств организации способствует формированию устойчивых конкурентных преимуществ, облегчающих доступ на различные рынки, обеспечивающих высокую экономическую эффективность и инновационность их деятельности путем систематического сокращения производственных затрат, внедрения передовых технологий и снижения экологических рисков, стимулирует развитие социально ответственного и экологичного бизнеса, а также создает предпосылки для комплексного решения экологической проблемы экономически целесообразными способами [2].

Решающим ориентиром планирования и прогнозирования обновления активной части основных средств выступает моральный износ, поскольку его изменение отражает скорость изменения стратегической конкурентоспособности производственной организации под влиянием НТП.

Мировая практика показывает, что период времени, после которого наступает моральный износ, определяется общим состоянием научно-технического прогресса и для основной массы технологического оборудования в среднем составляет 5–7 лет [3, с. 71]. Если руководство не начинает поиск или разработку новых технологий на следующий этап жизненного цикла, то через это время организация начинает терять конкурентоспособность и уступать на рынке другим организациям [4, с. 50].

Таким образом, новыми средствами труда, не подверженными моральному износу, следует считать те, интервал времени использования которых не превышает 5–7 лет. Это даёт возможность устанавливать количественные пределы наступления морального износа, диктующего сроки обновления эксплуатируемого технологического оборудования. Тем самым охваченные и неохваченные моральным износом основные средства получают количественное выражение, а сам моральный износ становится объектом управления в контексте обеспечения стратегической конкурентоспособности производственной организации.

Для эффективного управления процессом обновления активной части основных средств на основе учета морального износа предлагается использовать коэффициент новизны. Этот показатель будет определяться основными производственными фондами, определяемыми критериями стратегической конкурентоспособности и введенными в действие за последние 5–7 лет.

Общая сумма фондов, введенных в действие за последние 5–7 лет, отнесенная к стоимости основных производственных фондов на конец планируемого (прогнозируемого) года и

будет представлять собой коэффициент, выражающий новизну основных производственных фондов (формула 1):

$$K_n = \text{ОВОПФ}(5-7) / \text{ПС}_{к(5-7)} \times 100 \%, \quad (1)$$

где K_n – коэффициент новизны основных производственных фондов;

$\text{ОВОПФ}(5-7)$ – объем вводимых в действие основных производственных фондов за последние 5 или 7 лет отчетного, планируемого или прогнозируемого периода;

$\text{ПС}_{к(5-7)}$ – первоначальная стоимость основных производственных фондов на конец последнего года 5 или 7-летнего периода.

Полученный коэффициент новизны основных производственных фондов определяет ту их долю, которая может считаться новой, не подверженной моральному износу и, вместе с тем, отражающей степень стратегической конкурентоспособности производства. Данный показатель может служить в качестве задающего параметра построения инвестиционных программ на средне- и долгосрочную перспективу, позволяющей производственной организации выйти на планируемый уровень инновационного развития.

Управление стратегической конкурентоспособностью производственной организации определяется уровнем развития коэффициента новизны основных производственных фондов (УР K_n ОПФ) и должно обеспечивать поступательный рост с учётом его приращений на разных временных горизонтах (рисунок 2).

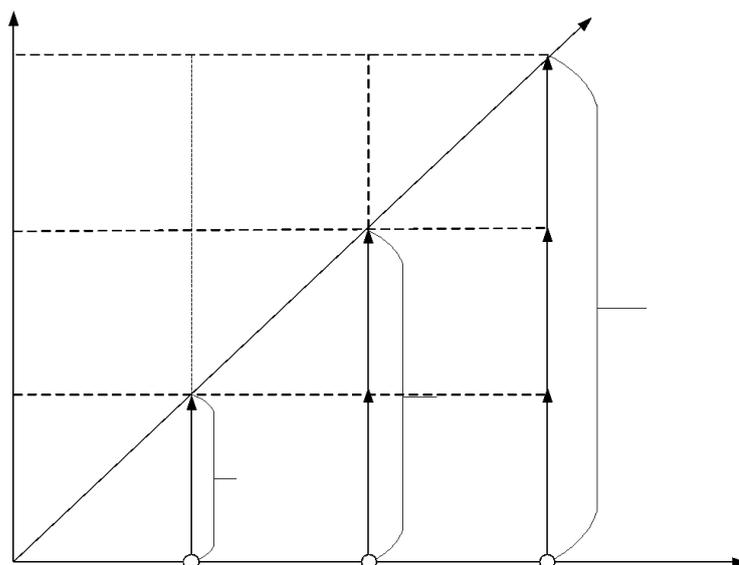


Рисунок 2 – Траектория развития коэффициента новизны основных производственных фондов с учётом разных временных горизонтов управления стратегической конкурентоспособности организации

Как видно на рисунке 2, для каждого из горизонтов управления стратегической конкурентоспособностью производственной организации характерны соответствующие приращения коэффициента новизны, которые отличаются масштабом, заинтересованными сторонами, количеством необходимых усилий, совершаемых на данном интервале времени. Это позволит увязать планируемые и прогнозируемые показатели в единую систему стратегического развития инновационно-инвестиционной деятельности организации. Полученные приращения позволяют определить перечень мероприятий и необходимых процессов на заданных временных горизонтах.

Следует отметить, что состояние активной части основных средств, выражающееся в уровне физического и морального износа, существенно влияет на эффективность производственной организации через показатели ресурсоёмкости и отходоёмкости производства, что в дальнейшем отражается в соответствующих показателях рентабельности. По сути игнориро-

вание вопроса планирования и прогнозирования коэффициента новизны может оказать необратимое воздействие на финансовое положение организации, а также её инвестиционную привлекательность посредством снижения эффективности производства в долгосрочной перспективе.

Для оценки экономической эффективности стратегических инвестиционных программ с учётом коэффициента новизны может использоваться показатель рентабельности инвестиций, рассчитываемый по формуле 2:

$$РИ = ВПИ_{инв} \times 100 \%, \quad (2)$$

где $Ри$ – рентабельность инвестиций в обновление активной части основных средств организации;

$ВП$ – валовая прибыль организации, полученная за каждый год периода владения новой активной частью основных средств организации;

$И_{инв}$ – инвестиционные издержки обновления активной части основных средств организации.

Безусловно стратегия успешна только при возврате инвестиций и на этот процесс влияет как внутренняя деятельность (нормативы по затратам, себестоимости, потерям и т. д.), так и успех организации на рынке, а здесь присутствует множество внешних факторов, которые надо знать и управлять ими, а управлять можно только тем, что измеряется. Появляется необходимость постоянного наблюдения за состоянием внешней среды и факторами формирования потенциальных конкурентных преимуществ.

Список использованных источников

1. Зацепина, Е. В. Стратегический маркетинг и его влияние на конкурентоспособность организации / Е. В. Зацепина // Вестник Брестского государственного технического университета. – 2019. – № 3 : Экономика. – С. 35–39.

2. Зацепина, Е. В. Конкурентоспособность и развитие экологического маркетинга / Е. В. Зацепина, Н. Г. Надеина // Актуальные проблемы современных экономических систем – 2020 : сб. науч. тр. / Министерство образования Республики Беларусь, Брестский государственный технический университет ; редкол.: А. Г. Проровский [и др.]. – Брест, 2020. – С. 173–178.

3. Высоцкий, О. А. Теория и методология переходных процессов: на примере многоотраслевых производственных предприятий жилищно-коммунального хозяйства / О. А. Высоцкий. – Минск : Право и экономика, 2013. – 218 с.

4. Деминг, У. Э. Менеджмент нового времени: простые механизмы, ведущие к росту, инновациям и доминированию на рынке / У. Э. Деминг ; пер. с англ. Т. Гуреш. – М. : Альпина Паблишер, 2019. – 181 с.

**В. В. Зазерская, М. С. Игнатова,
Брестский государственный технический университет
МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ АССОРТИМЕНТА**

**V. V. Zazerskaya, M. S. Ignatova,
Brest State Technical University
METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE RANGE ANALYSIS**

Аннотация. Основной целью анализа ассортимента является формирование обоснованных выводов о том, какие продукты и услуги компании приносят наибольшую прибыль, а от каких лучше отказаться. В работе рассмотрены основные методы изучения ассортимента продукции в современных условиях, проведено исследование о влиянии различных факторов на вхождение товаров в определенные группы, анализ положительных и отрицательных сторон данных методов, разработаны рекомендации по изучению ассортимента.

Annotation. The main purpose of the assortment analysis is to form reasonable conclusions about which products and services of the company bring the greatest profit, and which ones are bet-