

Следовательно, изучение подобного материала видится перспективным направлением научного поиска для оптимального использования в складывающихся реалиях.

Источники

1. Куликовский, С. А. Поиск и подбор персонала в Республике Беларусь посредством интернет-ресурсов / С. А. Куликовский // Актуальные проблемы науки XXI века : сб. науч. ст. молодых ученых / Минский инновационный ун-т. — 2016. — Вып. 5. — С. 84–89.
2. Якокка, Л. Карьера менеджера / Л. Якокка, У. И. Новак. — М. : Попурри, 2017. — 282 с.
3. Анализ вакансий в ИТ: какие специалисты востребованы? [Электронный ресурс] // Работа TUT.by. — Режим доступа: <https://jobs.tut.by/article/20049>. — Дата доступа: 27.09.2020.
4. Малиновская, Л. В. Энциклопедия рекрутинга, или Как найти черную кошку в темной комнате / Л. В. Малиновская — М. : Литагент «Стрельбицкий», 2016. — 247 с.
5. The Latest Rankings [Electronik resourse] // Comscore — Model of acces: <https://www.comscore.com/Insights/Rankings>. — Data of acces: 28.09.2020.

А. А. Романюк, В. Ю. Стасевич

Научный руководитель — магистр экономических наук О. Г. Довыдова

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ

В работе рассмотрены методы оценки конкурентоспособности предприятия, проведена оценка конкурентоспособности предприятий и разработаны направления ее повышения.

Конкурентоспособность в цифровой экономике представляет собой динамическую способность предприятия осуществлять успешную хозяйственную деятельность на рынке в конкурентной среде, грамотно используя свой интеллектуальный и кадровый потенциал. Для оценки конкурентоспособности применяются единичные и групповые показатели, дифференциальный и комплексный методы, метод расчета интегрального показателя конкурентоспособности, экспертный метод оценки в баллах, мультиатрибутивный метод.

Наиболее объективно и точно отражает уровень конкурентоспособности продукции метод определения интегрального показателя конкурентоспособности. Он включает в себя дифференциальный и комплексные методы, учитывает влияние комбинации составляющих факторов на результативное значение конкурентоспособности.

В статье оценка конкурентоспособности с применением различных методов проведена на примере двух отечественных предприятий ЗАО «АТЛАНТ» и СОАО «Коммунарка».

Для оценки конкурентоспособности ЗАО «АТЛАНТ» в целом был разработан алгоритм, который включает оценку уровня конкурентоспособности продукции, оценку финансовой устойчивости, организационного уровня управления и оценку инновационной деятельности предприятий.

Сравнение проводилось с японской Sharp Corporation. Для оценки были выбраны такие методы, как расчет интегрального показателя конкурентоспособности и экспертный метод оценки в баллах [1].

Сводная таблица интегральных показателей по факторам

Интегральный показатель	Значение	Кто имеет преимущество
Конкурентоспособность продукции	1,41	ЗАО «Атлант»
Финансовая устойчивость	0,54	Sharp Corporation
Организационный уровень управления	0,96	Sharp Corporation
Инновационная деятельность	0,93	Sharp Corporation

Исходя из полученных данных, сводный интегральный показатель конкурентоспособности предприятия, отражающий, какое предприятие является наиболее конкурентоспособным, равен

$$I_{\text{ксп}} = \sqrt[4]{1,41 \cdot 0,54 \cdot 0,96 \cdot 0,93} = 0,91.$$

Атлант незначительно проигрывает компании Sharp. Преимущество белорусской фирмы достигается за счет значительного превосходства в конкурентоспособности продукции, в то время как Sharp выигрывает за счет более высокой финансовой устойчивости, оптимизированной системы менеджмента и более развитых технологий.

Для повышения конкурентоспособности продукции было разработано направление по замене обычного компрессора инверторным. Данный компрессор потребляет меньше энергии, имеет низкий уровень шума, обеспечивает более продолжительное хранение продуктов, более долговечен и технологичен. Абсолютно новой технологией для рынка холодильников будет являться разработка «умных» холодильников с экраном на лицевой поверхности. После проведения предложенных мероприятий конкурентоспособность повысилась, соответственно и финансовое положение. В результате данных мер интегральный показатель по обновленным данным равен

$$I_{\text{ксп}} = \sqrt[4]{1,65 \cdot 0,79 \cdot 0,96 \cdot 0,93} = 1,04.$$

Реализация предложенных мероприятий позволила улучшить конкурентоспособность продукции и показатель финансовой устойчивости. Исходя из этого, общий интегральный показатель составил 1,04, что говорит о превосходстве ЗАО «Атлант» над Sharp Corporation.

Далее проведена оценка конкурентоспособности СООО «Коммунарка». За белорусскими сладостями у отечественных и зарубежных потребителей прочно закрепился имидж натуральных и качественных, тем не менее, требования покупателей возрастают с каждым годом. Это заставляет компании находиться в постоянном поиске, разрабатывать новые рецептуры, совершенствовать производственные мощности. В соответствии с разработанным

алгоритмом, осуществлена согласованная оценка уровня конкурентоспособности предприятия, с использованием различных методов для проведения оценки динамического метода, продуктового метода и SWOT-анализ, что позволило автору избежать субъективизма в оценке и определить наиболее весомые факторы конкурентоспособности.

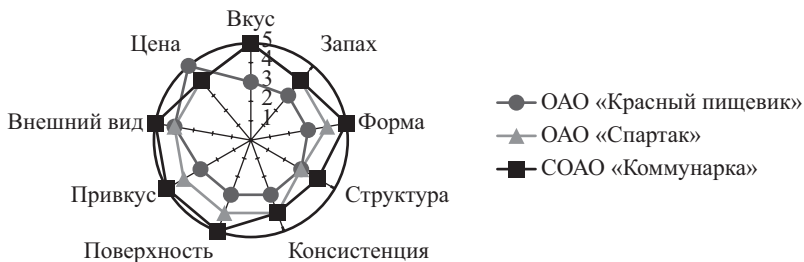
Сравним ближайших конкурентов по различным показателям качества, таким как вкус, запах, внешний вид, консистенция и др. Оценку проведем по пятибалльной шкале, где 5 баллов возьмем за высший балл. По результатам проведенной оценки, продукция СОАО «Коммунарка» более конкурентоспособна, чем продукция ОАО «Красный пищевик», но уступает ОАО «Спартак».

СОАО «Коммунарка» целесообразно принять две параллельно развивающиеся стратегии: широкой дифференциации и низкой ниши. Первая стратегия призвана создавать конкурентное преимущество путем внедрения дополнительных атрибутов и характеристик в продукцию, которых конкуренты не имеют, а вторая направлена на достижение низких издержек и способность предлагать покупателям товар, отличный от продукции конкурентов при обслуживании целевой рыночной ниши, т.е. людей, болеющих диабетом.

Для достижения сразу двух стратегий необходимо модернизировать линию по производству шоколадных конфет и шоколада, тем самым обеспечить увеличение объема выпуска привычной шоколадной продукции, наладить выпуск диабетической шоколадной продукции и шоколадных изделий необычной формы и новых вкусов.

После предложенных мероприятий конкурентоспособность СОАО «Коммунарка» возрасла на 0,65 баллов и конкурентоспособность составила 4,8 балла (за счет улучшения вкуса, запаха, формы, структуры, привкуса и внешнего вида). Чтобы повысить конкурентоспособность СОАО «Коммунарка» в дальнейшем необходимо работать по таким направлениям, как ассортимент, позиционирование, увеличение доли рынка и улучшение качества рекламы, применение цифровых технологий в управлении.

Используя графический метод оценки, построив многоугольник конкурентоспособности предприятий сразу становится заметно, что площадь многоугольника СОАО «Коммунарка» стала значительно больше, а это говорит о повышении конкурентоспособности.



Многоугольник конкурентоспособности

Таким образом, для улучшения конкурентоспособности предприятия требуется применение комплексного подхода решения проблемы, поскольку реализации отдельных мероприятий может привести к улучшению уровня качества, однако не решит проблему в целом.

Источники

1. ЗАО «АТЛАНТ» — официальный сайт производителя [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://atlant.by/>. — Дата доступа: 02.10.2020.
2. СОАО «Коммунарка» — кондитерская фабрика [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.kommunarka.by/>. — Дата доступа: 01.10.2020.

М. С. Сазонов, Д. О. Мацкевич

Научный руководитель — кандидат физико-математических наук
Л. Н. Макарова

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ CRM-СИСТЕМ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ В БЕЛАРУСИ

В работе проведен анализ использования систем автоматизации, которые позволяют модернизировать рынок недвижимости в Беларуси, перечислены их основные функции, а также рассмотрены способы внедрения CRM-систем в организациях, специализирующихся на недвижимости в Республике Беларусь.

Развитие цифровых технологий и сети Интернет за последние десятилетия оказывает существенное влияние на экономику. Так и предприятия, организации и иные экономические агенты должны развиваться, постоянно улучшая качество предоставляемых услуг. Отсюда вытекает необходимость модернизации всех протекающих на предприятиях процессов, тем самым повышая эффективность ведения бизнеса. В данной работе проанализирована необходимость внедрения современных систем автоматизации на примере агентства недвижимости.

Для того, чтобы определить идеальную систему автоматизации для агентства недвижимости, необходимо обозначить задачи, которые призвано решать агентство недвижимости:

- 1) поиск и обеспечение сотрудничества между продавцами и покупателями, арендодателями и арендаторами;
- 2) инвестиции в строительство;
- 3) сопровождение сделок купли-продажи объектов недвижимости;
- 4) помощь в получении кредитов на приобретение жилья;
- 5) мониторинг и оценка рыночной стоимости всех видов недвижимости, находящихся в компании, и многое другое.

В настоящее время профессиональные участники рынка недвижимости сталкиваются со следующими проблемами: отсутствие инструментов контроля за работой риэлтеров, игнорирование ими поставленных задач, потеря