

ресурсы (в том числе преобразованная и материализованная информация). Данный вид характерен для фирм, которые обладают финансовыми возможностями и определенным опытом.

5. Релевантный и нерелевантный инновационный потенциал. Релевантный потенциал – потенциал, возможности которого соответствуют определенным условиям для достижения желаемых целей и эффективного функционирования. Нерелевантный – потенциал количественные и качественные характеристики, которого не соответствуют определенным условиям по достижению поставленных целей, условиям эффективного функционирования [1, с. 8-9].

Также можно выделить и другие классификации видов инновационного потенциала, в зависимости от признаков, лежащих в их основе:

1. Абсолютный и относительный инновационный потенциал.
2. Максимальный реальный и стремящийся к максимизации инновационный потенциал.
3. Оптимальный и неоптимальный инновационный потенциал.
4. Эффективный и неэффективный инновационный потенциал.

Таким образом, наличие разнообразных формулировок понятия инновационного потенциала и его классификаций свидетельствует о неоднозначности в понимании сущности данной категории, что в свою очередь затрудняет выработку конкретных практических рекомендаций по формированию и эффективному использованию инновационного потенциала и, таким образом, негативно сказывается на инновационной деятельности. Вышесказанное приводит к целесообразности дальнейшего исследования данной категории. Считаем целесообразным, в процессе характеристики инновационного потенциала использовать единство подходов, через совокупность внутренних, ресурсных и результативных составляющих, которые сосуществуют во взаимосвязи.

#### **Литература:**

1. Мингалева, Ж. А. Инновационное развитие: оценка и исследования [Текст] / Ж. А. Мингалева // Инновационное развитие регионов: методы оценки и поддержка исследования: межвуз. сб. науч. статей / Перм. гос. ун-т. – 2013. – 144с.
2. Мыльникова, Л.А. Инновационный потенциал и экономическое развитие [Электронный ресурс] Л.А. Мыльникова. - Режим доступа: <http://uecs.ru/uecs65-652014/item/2920-2014-05-28-06-51-20>.
3. Пьянкова, А.В. Инновационное развитие как фактор устойчивого роста экономики Германии [Текст] / А.В. Пьянкова, Е.И. Дорохова. // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. 2014. № 3. С. 94-99.
4. Райзенберг, Б.А. Современный экономический словарь [Текст] / Б.А. Райзенберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. - М.: ИНФА-М, 2014. - 512с.

### **РАЗРАБОТКА МЕХАНИЗМА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ**

*Т.А. Дубровина  
г. Белгород, Россия*

В настоящее время проблема конкурентоспособности изучена достаточно широко, но каждое изменение во внешней или внутренней среде влечет за собой последствия и новые проблемы и возможности для повышения конкурентоспособности предприятия, отрасли или страны в целом.

Таким важным фактором стало введение экономических санкций против Российской Федерации и введение ответных санкций руководством нашей страны против европейских стран.

Следовательно, российской экономике пришлось перестроиться в связи с такими изменениями. Данная ситуация влечет за собой как положительные так и отрицательные стороны. Политика импортозамещения имеет большое значение для продовольственной безопасности страны. Благодаря политике импортозамещения перед отечественными предприятиями открывается больше возможностей. К таким возможностям относятся:

- 1) увеличение позиций на рынке;
- 2) отсутствие конкурентов;
- 3) использование полных мощностей производства;
- 4) государственная поддержка приоритетных отраслей и т.д.

Таким образом, видно, что политика импортозамещения направлена на повышение конкурентоспособности.

Целью данной работы является разработка механизма повышения конкурентоспособности промышленного предприятия. Для осуществления поставленной цели необходимо дать четкое определение терминам, как: «конкурентоспособность предприятия», «импортозамещение» и «продовольственная безопасность».

Над термином конкурентоспособность работали такие великие ученые как Адама Смита внесли: Д. Рикардо, Дж. С. Милль, Дж. Робинсон, Дж. Кейнс, Й. Шумпетер, П. Хайне, Ф.А. Хайек, Ф. Найт, К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю, М. Портер, Г.Л. Азоев, Ю.И. Коробов, Л.П. Кураков, Л.Г. Раменский, Р.А. Фатхутдинов, А.Ю. Юданов и др. Проанализировав их работы можно сделать вывод, что современная «конкурентоспособность предприятия» – это возможность предприятия выпускать высококачественную продукцию по низкой себестоимости, с учетом реализации ее на внутреннем и внешнем рынках и с учетом социальной компоненты. Под социальной компонентой конкурентоспособности промышленного предприятия российские ученые понимают социальную деятельность предприятия. К ней может относиться:

- 1) проведение общих культурных, спортивных и т.д. мероприятий, особенно это касается коммерческих организаций;
- 2) поддержка руководством и сотрудниками предприятия фондов помощи больным и детям;
- 3) поддержка сотрудников предприятия путем поощрения работников за выполнение общественных нагрузок;
- 4) проведение социальных программ или конкурсов для потребителей, с последующим переводом вырученных средств в выбранный или созданный фонд поддержки и т.д.

Важно понимать, что в настоящее время социальная компонента достаточно сильно влияет на оценку конкурентоспособности промышленного предприятия. Это можно отследить, если рассчитывать конкурентоспособность по формуле:

$$KSP = \frac{\sum I_{KSPj}}{n} \cdot SE, \quad (1)$$

где  $I_{KSPj}$  - индекс сравнительной конкурентоспособности предприятия по j-му рыночному параметру.

Коэффициент социальной эффективности рассчитывается по формуле:

$$SE = \left( \frac{N_P}{N_R} + \frac{W_P}{W_R} + \frac{C_P}{C_R} + \dots \right) / n, \quad (2)$$

где  $N_P$  – количество рабочих мест, создаваемых на предприятии в течение периода оценки, чел.;

$N_R$  – количество рабочих мест, созданных в муниципальном образовании, где функционирует предприятие чел.;

$W_P$  – уровень заработной платы на предприятии в течение периода оценки, руб.;

$W_R$  – уровень заработной платы в муниципальном образовании, где функционирует предприятие, руб.;

$C_P$  – объем средств, направляемых предприятием на решение социальных задач в течение периода оценки, руб.;

$C_R$  – объем средств, выделенных на решение социальных задач в муниципальном образовании, где функционирует предприятие;

$n$  – число показателей сравнительной социальной эффективности предприятия.

В приведенной выше формуле видно как социальная компонента влияет на рост конкурентоспособности промышленного предприятия.

Таблица 1

## Показатели конкурентоспособности промышленного предприятия

Уровень оценки	Направление оценки	Показатели
Уровень предприятия	Рыночный потенциал	Доля предприятия на рынке РФ, темп роста доли рынка
	Производственный потенциал	Объем производства, производственные мощности, износ технологического оборудования
	Кадровый потенциал	Организационная система, кадры
	Финансовый потенциал	Платежеспособность, прибыльность, ликвидность, инвестиционная возможность предприятия
	Инновационный потенциал	Внедрение инноваций в производство, возможность разработки новых продуктов, информационные технологии
	Логистический потенциал	Транспортная и складская инфраструктура, качество и скорость выполнения обязательств по поставке
Уровень маркетинга	Товарная политики	Ассортимент предприятия, конкурентоспособность товара, марки, упаковка (дизайн, известность)
	Ценовая политика	Уровень цен, соотношение цена/качество/издержки
	Сбытовая политика	Степень охвата местного рынка, интенсивность каналов сбыта, география сбыта
	Коммуникативная политика	Охват различных видов и средств продвижения, бюджет средств на рекламу, паблик рилейшнз (PR), запоминаемость и креативность рекламы
	Клиентоориентированная политика	Лояльность потребителей, полнота удовлетворения их потребностей
	Социальная политика	Деятельность предприятия в поддержке государственных социальных программ
Уровень рынка (5 сил Портера)	Интенсивность конкуренции (ситуация в отрасли)	Влияние роста конкурирующих фирм, влияние снижения спроса на продукт, перспективы роста емкости рынка, изменение платежеспособного спроса, сила брендов на рынке
	Угрозы со стороны потенциальных конкурентов	Инвестиции входа в отрасль, верность/лояльность потребителей товарным маркам
	Влияние поставщиков	Доступность каналов поставки и распределения, качество продукции поставщиков, уровень стандартизации товара, количество и размер фирм-поставщиков
	Влияние покупателей	Количество покупателей, объем закупок, значимость товара для покупателя, дифференциация торговых предложений
	Влияние товаров-заменителей	Уровень цен товаров-заменителей, доступность заменителей, наличие у заменителей нового способа удовлетворения потребностей, готовность покупателя перейти на товар-заменитель

Предложенные показатели могут варьироваться в зависимости от целей проведения оценки конкурентоспособности и возможности получения необходимой и достоверной информации [1].

Интегрирование данных показателей предлагается проводить с помощью взвешенной оценки применяя принципы конкурентного бенчмаркинга.

$$K = \frac{\sum_{i=1}^n W_i \cdot E_{in}}{\sum_{i=1}^n W_i \cdot E_{ik'}} \quad (3)$$

где  $K$  – интегральный показатель конкурентоспособности предприятия;

$n$  – количество оцениваемых показателей;

$W_i$  – вес (значимость)  $i$ -го показателя для предприятия;

$E_{in}, E_{ik'}$  – экспертная оценка  $i$ -го показателя по оцениваемому предприятию и по предприятию-конкуренту (в баллах).

Еще не маловажной для конкурентоспособности предприятий является политика импортозамещения в нашей стране. Введенные западными странами санкций против граждан РФ повлекло за собой введение ответных санкций, путем запрета на ввоз импортной продукции на территорию Российской Федерации. Тем самым дало возможность в полной мере использовать политику импортозамещения. Эта политика достаточно сильно влияет на продовольственную безопасность страны. Для того чтобы подробнее разобраться в этой проблеме необходимо им дать определения.

Термин «импортозамещение» означает замена импортной продукции собственной. Как правило, политику импортозамещения государство начинает использовать в крайних случаях. Например, причинами использования политика импортозамещения могут быть:

- 1) политические (политический конфликт двух или более государств);
- 2) качественные (импортная продукция не соответствует стандартам страны);
- 3) внутренние (поддержка отечественных предприятий, находящихся на стадии банкротства; для сохранения продовольственной безопасности страны).

В настоящее время в нашей стране политика импортозамещения применяется во всех приоритетных отраслях экономики. Созданы государственные поддержки предприятиям.

Продовольственная безопасность страны - это возможность достаточного продовольственного обеспечения населения страны качественной и доступной продукции.

Для поддержки продовольственной безопасности страны государство ввело Доктрину, в которой описывается задачи и цели.

Государственная поддержка продовольственной безопасности заключается в конкретных действиях во внешнеэкономической деятельности. Примером таких действий служат: таможенно-тарифное регулирование с целью рационализации экспорта и импорта и т.п.

Государством была разработана специальная государственная программа «Развитие сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы».

Дав определения всем необходимым терминам, автором был разработан механизм повышения конкурентоспособности предприятия (рис. 1).

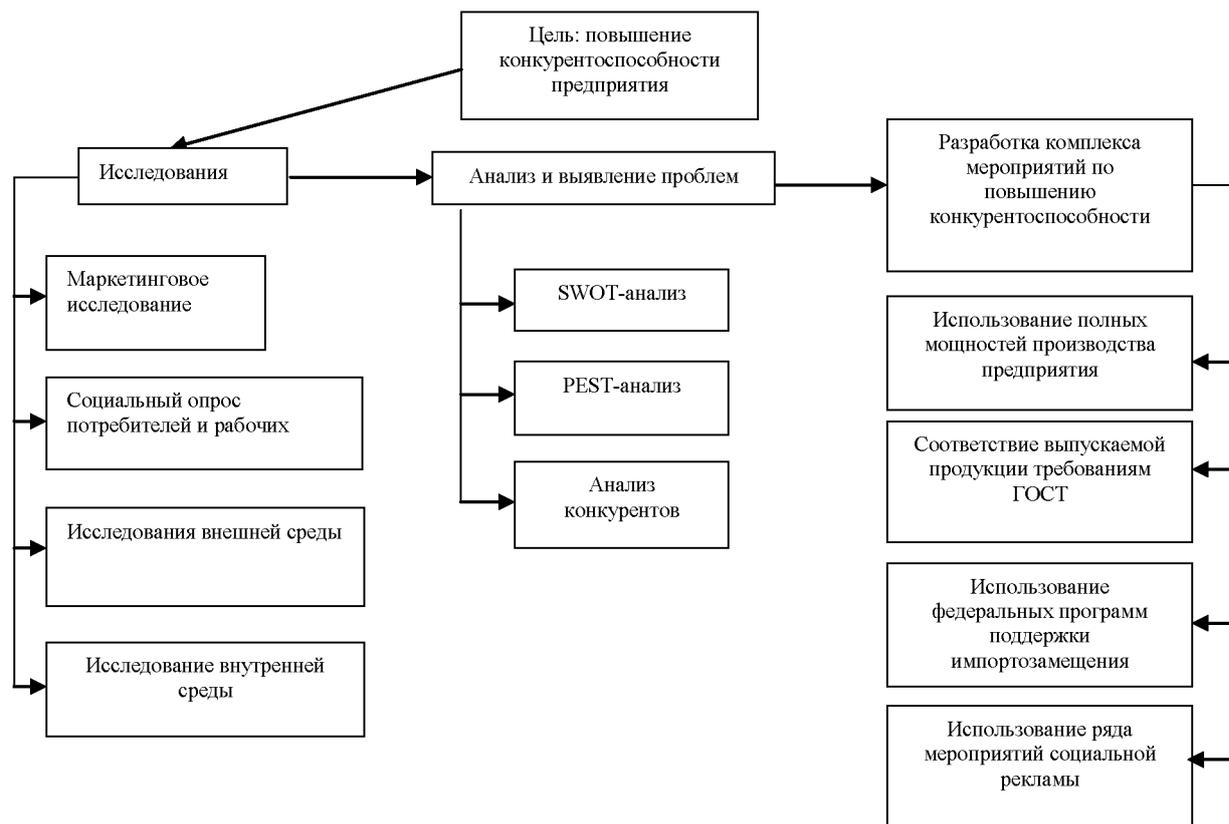


Рис. 1 Механизм повышения конкурентоспособности предприятия

Необходимо понимать, что предложенный механизм при регулярном применении, приведет к повышению конкурентоспособности производимого товара или услуги, а, следовательно, и повышению конкурентоспособности самого предприятия и получению максимальной прибыли.

#### Литература:

1. Конкурентоспособность предприятия в условиях импортозамещения / монография под редакцией Е. Д. Щетининой, Т. А. Дубровиной. Белгород: Изд-во БГТУ, 2015. - 178 с.

## К ВОПРОСУ О ФЕНОМЕНЕ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В УПРАВЛЕНИИ УЧРЕЖДЕНИЯМИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

*Г.Г. Забнина  
г. Белгород, Россия*

Высшее профессиональное образование сегодня является важнейшим фактором развития государства, обеспечивающим его конкурентоспособность в глобализирующемся мире. Кроме того образование нации так же является приоритетом, ключевой составляющей национальной безопасности страны. Для успешного управления системой высшего профессионального образования необходимо совершенствовать организационную структуру образовательных учреждений, формируя в их рамках не формально-бюрократические имитационные образования, но действительно работающие механизмы. К их числу относится внутривузовская система социальной ответственности. Она представляет собой комплекс отношений, практик и институций, отражающий осознание субъектами последствий своей деятельности, а также феномен осознанного участия каждого человека в образовательном процессе и его роли в развитии высшего