

УДК 330.322

**АНЦИБОР ЕГОР ИГОРЕВИЧ**

магистрант по направлению подготовки «Экономика»  
Филиал ЮУрГУ в г. Нижневартовск, Россия  
e-mail: Egor.antsibor@mail.ru

**АНЦИБОР КСЕНИЯ ВЛАДИСЛАВОВНА**

магистрант по направлению подготовки «Экономика»  
Филиал ЮУрГУ в г. Нижневартовск, Россия,  
e-mail: Fomenko.ksenia2015@mail.ru

**ЗЯБЛИЦКАЯ НАТАЛЬЯ ВИКТОРОВНА**

д.э.н., профессор кафедры «Экономика, менеджмент и право» ФГАОУ ВО  
«Южно-Уральский государственный университет (НИУ)»  
Филиала в г. Нижневартовске, Россия,  
e-mail: ziablitskaiavn@susu.ru

DOI:10.26726/1812-7096-2022-3-83-94

### ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОСНОВНОЙ ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются потенциальные пути и рекомендации по росту конкурентоспособности предприятия с целью обеспечения устойчивого развития компании. В процессе подготовки статьи были использованы методики научных обобщений, сравнительного анализа и синтеза. Проведен анализ предприятия ООО «Региональные грузоперевозки», предложены потенциальные рекомендации по совершенствованию предприятия с целью повышения конкурентоспособности и обеспечения устойчивого роста. Полученные в процессе написания работы выводы позволили определить перспективные направления по росту конкурентоспособности в рамках ООО «Региональные грузоперевозки».

**Ключевые слова:** устойчивое развитие, повышение конкурентоспособности, стратегия развития.

---

**ANTSIBOR EGOR IGOREVICHIS**

a master's student in the field of Economics, SUSU  
Branch in Nizhnevartovsk, Russia,  
e-mail: Egor.antsibor@mail.ru

**ANTSIBOR KSENIA VLADISLAVOVNA**

Master's degree in Economics, SUSU  
Branch in Nizhnevartovsk, Russia,  
e-mail: Fomenko.ksenia2015@mail.ru

**ZIABLITSKAYA NATALIA VIKTOROVNA**

Dr.Sc of Economics, Professor of the Department of Economics,  
Management and Law of the South Ural State University (NIU)  
Branch in Nizhnevartovsk, Russia,  
e-mail: ziablitskaiavn@susu.ru

INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE AS THE MAIN FACTOR  
OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN MODERN CONDITIONS

**Abstract.** *This article discusses potential ways and recommendations for increasing the competitiveness of the enterprise in order to ensure the sustainable development of the company. In the process of preparing the article, the methods of scientific generalizations, comparative analysis and synthesis were used. The analysis of the Regional Cargo Transportation LLC enterprise was carried out, potential recommendations for improving the enterprise in order to increase competitiveness and ensure sustainable growth were proposed. The conclusions obtained in the process of writing the work made it possible to identify promising areas for increasing competitiveness within the framework of Regional Cargo Transportation LLC.*

**Keywords:** *sustainable development, increasing competitiveness, development strategy.*

**1. Введение.** В современных условиях функционирования предприятий на рынке требуется совершенствование процесса управления конкурентоспособностью, характеризующегося высоким уровнем сложности и неопределенности. Улучшение управления конкурентоспособностью отечественных предприятий ведет к повышению экспортного потенциала Российской Федерации и экономики в целом, что, в свою очередь, обеспечивает устойчивое развитие конкурентоспособности страны, которая на данный момент является особенно актуальной.

К деятельности современных предприятий предъявляются жесткие требования в условиях конкуренции на государственном и международном уровнях. Для совершенствования своих товаров и услуг и повышения конкурентоспособности предприятиям следует искать пути модернизации производства, новые рынки сбыта, адаптироваться к потребностям потребителей и покупательской способности. Если ранее повышение конкурентоспособности компании было лишь одним из этапов стратегического плана развития, то в современных условиях имеется необходимость в учете социально-экономических факторов, а также ряда ограничений, формирующих тенденции на рынке [21, с. 108; 22, с. 299; 20, с. 201].

Актуальность темы статьи обоснована тем, современные факторы социально-экономического развития страны формируют основной перечень требований к системе управления в рамках предприятий. Использование устаревших подходов к управлению предприятием без учета экономических факторов является недопустимым ввиду внешне государственных рисков из-за санкций и других ограничений, так или иначе стимулирующих Российскую Федерацию и функционирующие отечественные предприятия разных форм и размеров вырабатывать стратегические решения в современных условиях. С учетом ограничений у большинства предприятий могут измениться цели и способы их достижения, а также могут быть скорректированы направления деятельности и реализуемых товаров или услуг. Таким образом, актуальность работы обоснована тем, что повышение конкурентоспособности предприятия является основой современного управления предприятиями и в перспективе может обеспечить компании стабильное развитие.

Большое внимание роли устойчивости роста фирмы и повышения конкурентоспособности уделено в работах А. Смита, Д. Рикардо, М. Портера, Л. Вальраса, В. Леонтьева, Э. Хекшера, Р. Акоффа, И. Ансоффа, П. Друкера, Г. Минцберга, М. Портера, Дж. Стрикленда, А. Томпсона, О. Уильямсона, В. Эйтингона, С.М. Кадочникова, А. П. Косинцева, А. А. Мальцева, Л. Е. Стровского, которые рассматривают устойчивость роста фирмы как инструмент сбалансированного управления, который применяется на предприятии с целью устранения слабых сторон, минимизации производственных издержек, повышения конкурентоспособности предприятия и возможности расширения видов деятельности. При этом в работах вышеуказанных авторов недостаточно рассмотрены процессы формирования и внедрения стратегии устойчивого роста предприятия, функционирующего в современных условиях социально-экономического развития страны и сложившейся экономико-политической обстановки.

Помимо этого, были рассмотрены работы в сфере оценки и роста конкурентоспособности предприятия: «Конкурентоспособность организации» Абаева Н. П. [1, с. 201], «Факторы повышения конкурентоспособности» Алтухова А. Т. [3, с. 36], «Конкуренция в экономике» Березов Н. И. [9, с. 209], «Стратегия и конкурентоспособность. Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности» Вашко Т. А. [12, с.10], «Современный стратегический анализ» Казаковой Н. А. [12, с. 380], «Конкурентоспособность как фактор взаимодей-

ствия предприятия с внешней средой» Каткова Т. В. [13, с. 58], «Современные направления повышения конкурентоспособности организаций» Саяпиной О. Н. [17, с. 103]. Данные работы значительно расширили видение особенностей управления конкурентоспособностью, однако некоторым его аспектам все же не уделено достаточного внимания. Усиление жестких методов конкуренции и увеличение количества игроков в условиях рыночной экономики вызвали объективную потребность в разработке и внедрении новых подходов к управлению конкурентоспособностью на предприятиях.

С учетом исследуемых современных источников литературы стоит отметить, что регулирование и управление конкурентоспособностью предприятия и достижение дальнейшего устойчивого развития рассмотрены на недостаточном уровне. Ввиду этого обосновывается сама новизна исследования, которое проводилось в рамках написания данной работы. Также были рассмотрены работы исследователей в сфере конкурентоспособности предприятия и обеспечения устойчивого роста [19, с. 115].

## 2. Основная часть.

### 2.1 Анализ текущей конкурентоспособности предприятия.

На начальном этапе формирования стратегии управления конкурентоспособностью, которая позволит в перспективе обеспечить устойчивое развитие компании, была проведена оценка конкурентоспособности предприятия ООО «Региональные грузоперевозки». Процесс проведения оценки конкурентоспособности включает следующее [1, с. 26; 16; 2, с. 115; 21, с. 35].

Основные критерии оценки конкурентоспособности предприятия: берется оценочная категория «ценность предприятия как хозяйствующего субъекта». Для комплексной оценки конкурентоспособности ООО «Региональные грузоперевозки» проведем оценку внутреннего теку-

Критерий	Максимум	Оценка
1. Прогнозирование	20	11
1.1. Формирование и утверждение целей и стратегических задач	4	2
1.2. Осуществление сбора и анализа данных о состоянии рынка и потребителях продукции	4	2
1.3. Эффективность работы бизнес-процессов	4	2
1.4. Осуществление сбора и анализа данных о компаниях конкурентов и крупных предприятиях	4	2
1.5. Формирование и планирование ресурсов компании	4	3
2. Организация	20	11
2.1. Создание и совершенствование организационной структуры	4	3
2.2. Определение полномочий сотрудников и четкое разграничение ответственности персонала	4	2
2.3. Совершенствование бизнес-процессов с целью формирования самообучающегося предприятия	4	2
2.4. Реализация операционной деятельности	4	3
2.5. Уровень эффективности факторов, обеспечивающих создание новой системы ценностей для потребителей	4	1
3. Мотивация	20	9
3.1. Эффективность корпоративной культуры и наличие лидерства в рамках организации	4	1
3.2. Наличие условий для осуществления обучения и профессионального развития сотрудников предприятия	4	2
3.3. Уровень потребностей персонала компании	4	3
3.4. Использование разработок сотрудников для осуществления совершенствования предприятия	4	1
3.5. Уровень удовлетворенности персонала результатом своей профессиональной деятельности	4	2
4. Контроль	20	12
4.1. Наличие системы мониторинга и контроля качества на имеющихся этапах бизнес-процессов предприятия	4	3
4.2. Параметры оценивания получаемых результатов деятельности компании	4	3
4.3. Оценивание уровня удовлетворения покупателей	4	2
4.4. Сбалансированное задействование ресурсов предприятия	4	2
4.5. Степень соответствия получаемых итогов работы по отношению к утвержденным целям развития	4	2
5. Координация	20	12
5.1. Систематизация первых четырех критериев	4	2
5.2. Формирование внутренней системы связей в рамках предприятия	4	3
5.3. Алгоритм разрешения конфликтных ситуаций	4	2
5.4. Фактический анализ изменений в деятельности предприятия: рассмотрение и поправка планов	4	2
5.5. Информационный менеджмент предприятия	4	3
Оценка менеджмента посредством суммирования 5 критериев	100	55

Анализ внутреннего текущего состояния менеджмента предприятия показал, что планирование, организация, мотивация, контроль и координация на предприятии слабо сформированы. Следует отметить, что по стилю управления менеджмент предприятия – авторитарный, ведь функция контроля набрала высший балл. Координация также хорошо налажена на предприятии.

Худший результат показала мотивационная функция менеджмента. Работники выполняют рутинную работу, за результаты которой не отвечают. Начальник берет на себя ответственность за результат. На предприятии также наблюдается отсутствие корпоративной культуры, нет лидера. Работникам не разрешается участвовать в принятии решения и не рассматриваются их предложения по совершенствованию процессов на предприятии.

1) Общий показатель конкурентоспособности предприятия – 55 баллов (выше среднего). Для оценки уровня развития менеджмента на предприятии ООО «Региональные грузоперевозки» используем шкалу уровня развития менеджмента, представленную в рамках таблицы 2 [5, с. 190; 15, с. 68].

Развитие менеджмента

Уровень	Оценка	Характеристика состояния менеджмента
1	(0-20)	Бессистемное управление предприятием, цели организации в основном отсутствуют. Для развития предприятия целесообразно реструктуризовать принципы управления и развития предприятия.
2	(21-40)	Менеджмент имеет перспективы роста, при этом имеющиеся перспективы используются в слабой степени. Высшему менеджменту предприятия стоит четко определить цели и сформировать алгоритм развития системы управления, которая будет базироваться на менеджменте качества продукции и осуществляемых процессов.
3	(41-60)	Система менеджмента сформирована в полной степени. Имеется необходимость в совершенствовании бизнес-процессов и качества всех этапов производства и управления.
4	(61-80)	Осуществляется совершенствование системы качества менеджмента на постоянной основе по основным направлениям. Целесообразно обеспечить реализацию мероприятий, способствующих улучшению действующих направлений, и реструктуризацию, и совершенствование наиболее проблемных направлений с учетом доступных стратегий развития предприятия.
5	(81-100)	Система менеджмента предприятия находится на высоком уровне развития и функционирования. В рамках различных направлений деятельности предприятия достигнуты максимальные результаты.

Таким образом, результаты исследования показывают, что развитие менеджмента конкурентоспособности ООО «Региональные грузоперевозки» находится на третьем уровне (55 баллов). Следовательно, на данном предприятии система менеджмента сформирована в полной степени. Имеется необходимость в совершенствовании бизнес-процессов и качества всех этапов производства и управления. При этом система управления должна учитывать потребности покупателей продукции и сотрудников предприятия.

Для более точного выражения анализа внутренней среды предприятия ООО «Региональные грузоперевозки» была построена пентаграмма по результатам оценки по пяти критериям модели, которая представлена на рисунке 1 [7, с. 69; 8, с. 301]. Этот подход позволит лучше увидеть направления, которые необходимо улучшить в первую очередь.

Коммуникационный профиль предприятия ООО «Региональные грузоперевозки» показывает, что компания имеет проблемы с мотивацией и прогнозированием, поэтому эти направле-



**Рис. 1.** Коммуникационный профиль ООО «Региональные грузоперевозки» менеджмента конкурентоспособности.

В процессе проведения анализа макросреды при помощи метода «5 сил М. Портера» на начальном этапе были исследованы угрозы со стороны [10, с. 361; 11, с. 68; 14, с. 179]:

- товаров-заменителей;
- внутриотраслевой конкуренции;
- новых игроков;
- ухода потребителей;
- поставщиков.

Данные угрозы были оценены для формирования результатов анализа в рамках сводной таблицы с учетом направлений развития.

Результаты оценивания конкурентоспособности товаров предприятия и уровня конкуренции на рынке представлены в рамках таблицы 3.

Таблица 3

Критерий оценки	Оценивание критерия		
	3	2	1
Товары-заменители «цена-качество»	присутствуют и занимают большую долю рынка	присутствуют, но находятся на начальном этапе становления с низкой долей рынка	Отсутствуют
Соответствие		+	

С учетом данных, полученных в таблице 3, было определено, что на данный момент имеется средний уровень угрозы со стороны товаров-заменителей.

Далее был оценен уровень внутриотраслевой конкуренции в рамках таблицы 4.

Таблица 4

Критерий оценки	Оценка критерия		
	3	2	1
Количество предприятий конкурентов	Высокая степень насыщенности рынка (более 10) +	Средняя степень насыщенности рынка (3-10)	Низкая степень насыщенности (1-3)
Темпы роста рынка, на котором функционирует компания	Стагнирование или сокращение объема рынка	Замедление темпов роста без какого-либо развития	Высокий темп роста рынка +
Уровень отличительных характеристик продукции на рынке	Предприятия реализуют стандартные продукты	Товар соответствует ключевым параметрам, но имеет ряд отличий в виде сильных сторон	Продукты предприятий являются существенно отличимыми между собой +
Наличие ограничений в росте цен на продукцию со стороны государства	Высокий уровень ценовой конкуренции на рынке, отсутствуют способы повышения цен	Имеется возможность обеспечения роста цен в рамках покрытия роста затрат на закупку, логистику продукции	Свободная возможность повышения цены с целью полного покрытия растущих затрат и достижения роста прибыли +

С учетом результатов исследования в рамках таблицы 12 был определен средний уровень внутриотраслевой конкуренции, после чего была оценена угроза выхода новых игроков на рынок в рамках таблицы 5.

Таблица 5

Критерий оценки	Оценивание критерия		
	3	2	1
Экономия средств на масштабе при изготовлении продукции или услуг	Отсутствует	имеется у нескольких предприятий рынка	высокий уровень
		+	
Сильные бренды продукции с высоким уровнем осведомленности и расположенности клиентов	отсутствуют крупные предприятия	2–3 крупных предприятия распределяют между собой около 50 % рынка	2–3 крупных предприятия распределяют между собой свыше 80 % рынка
	+		
Дифференциация продукта	низкий уровень разнообразия продукции	присутствуют микрониши	все возможные ниши заняты предприятиями
		+	
Уровень финансовых поступлений и расходов для входа в отрасль	низкий (окупается за 1–3 месяца функционирования)	средний (окупается за 6–12 месяцев функционирования)	высокий (окупается более чем за 1 год деятельности)
	+		
Доступ к каналам распределения	свободный доступ	необходимы вложения	ограничен
	отсутствие существенных государственных ограничений	низкий уровень воздействия государства на деятельность компаний	полный государственный контроль с определением ограничений и направлений развития
Политика правительства	+		
	Предприятия не готовы к сокращению цен	Крупные предприятия не готовы к снижению	При выводе новой продукции со стороны других компаний используются демпинговые меры
Наличие возможности предприятий к сокращению цен на продукцию		+	
	высокий	замедляющийся	стагнирование или сокращение
Темп роста отрасли	+		

При рассмотрении рисков выхода новых игроков и оценивания различных параметров в рамках таблицы 5 был определен высокий уровень угрозы выхода новых предприятий на рынок.

Следующим шагом стало проведение оценки угрозы ухода потребителей. В рамках таблицы 6 была проанализирована рыночная власть покупателей.

На основании результатов исследования в таблице 6 был определен средний уровень угрозы ухода клиентов предприятия.

Немаловажным фактором для конкурентоспособности предприятия являются поставщики. Ввиду этого в рамках таблицы 7 была рассмотрена угроза для ООО «Региональные грузоперевозки» со стороны поставщиков оборудования и материалов для осуществления своей деятельности.

Таблица 6

Критерий оценивания	Оценка критерия		
	3	2	1
Доля покупателей с высоким уровнем продаж	свыше 80 % продаж распределены между несколькими крупными клиентами	на 50 % клиентов приходится средний объем продаж	сбалансированное распределение объема продаж
		+	
Склонность к переходу на товары-аналоги	продукция компании не уникальна, имеется множество аналогов	продукция предприятия имеет ряд уникальных параметров, важных для потребителей	полная уникальность продукции, отсутствуют аналоги
		+	
Чувствительность к цене	постоянное переключение на продукцию с низкой ценой	риск перехода в случае значительной ценовой разницы	отсутствие чувствительности к ценовым перепадам
	+		
Потребители не удовлетворены качеством продукции	неудовлетворенность основными характеристиками товара	неудовлетворенность дополнительными параметрами	удовлетворены
		+	

Таблица 7

Критерии оценивания	Оценка критерия	
	2	1
Количество поставщиков продукции	малый выбор поставщиков или же присутствие полной монополии на рынке	большой выбор поставщиков и имеющихся у них предложений
		+
Ограниченность ресурсов поставщиков	ограниченность в возможном объеме поставок	неограниченность в объемах поставок продукции
		+
Издержки перехода на других поставщиков	высокий уровень затрат	низкий уровень затрат
		+
Эффективность работы поставщиков продукции	низкая эффективность	высокий уровень эффективности
		+

С учетом проведенной оценки рисков в рамках таблицы 7 было определено, что на данный момент имеется низкий уровень воздействия поставщиков на деятельность ООО «Региональные грузоперевозки». Далее были систематизированы результаты анализа в сводном виде и предложены направления по устранению определенных проблем в рамках таблицы 8.

С учетом проведенного анализа и оценивания различных направлений были предложены следующие мероприятия:

1. Целесообразно придерживаться стратегии поиска или же запуска производства собственной продукции, которая будет иметь уникальные особенности и позволит предприятию получать конкурентное преимущество на рынке. То есть предлагается осуществлять производство из б/у металла временных конструкций для строительства без высокой нагрузки, заборов и ограждений, водостоков, столбов и стоек, а также элементов подпорных стенок и или же укреплений для фундаментов домов.

2. Компания должна обеспечить высокий уровень осведомленности о преимуществах реализуемой продукции и обоснования для клиентов своей ценовой стратегии и конкурентных

Таблица 8

Параметр	Уровень влияния	Описание
Угроза со стороны товаров-заменителей	Средний	На данный момент на рынке имеются товары-заменители со стороны компаний конкурентов.
Угрозы внутриотраслевой конкуренции	Средний	Рынок ООО «Региональные грузоперевозки» является высококонкурентным и перспективным для торговых предприятий. С учетом политики государство имеет ряд ограничений, препятствующих повышению цен.
Угрозы со стороны новых игроков	Высокий	Имеется высокий уровень выхода новых игроков. Новые предприятия постоянно образуются на рынке и нацелены на завоевание сегментов рынка компании.
Угроза ухода действующих клиентов	Средний	С учетом покупательской способности и социально-экономического положения потребители выбирают продукцию, которая имеет более низкую цену и не уступает качеством аналогам по высокой цене.
Угрозы со стороны поставщиков	Низкий	Со стороны поставщиков продукции для ООО «Региональные грузоперевозки» наблюдается стабильность ввиду заключения с ними долгосрочных договоров и сформированной деловой репутации.

3. Для принятия оперативных решений, направленных на предотвращение потери сегментов рынка, предприятию необходимо осуществлять мониторинг конкурентных предложений и новых игроков на постоянной основе.

4. Обеспечить и поддерживать высокий уровень реализуемой продукции для минимизации уровня воздействия ценовой борьбы на уровень продаж.

Следовательно, потенциальные мероприятия, с учетом экономической ситуации, позволят ООО «Региональные грузоперевозки» осуществлять производство и реализацию по более выгодной цене продукции, которая может использоваться в строительном процессе и быть востребована строительными компаниями в виде вспомогательного и временного сырья.

## 2.2 Мероприятия по формированию стратегии управления конкурентоспособностью предприятия.

С целью обеспечения процесса по производству продукции из принимаемого металла в рамках ООО «Региональные грузоперевозки» на первом этапе предлагается обновить сайт и провести его реструктуризацию с целью повышения уровня автоматизации в процессе получения металла, а также формирования возможности потенциальным заказчикам осуществлять консультации по продукции, изготавливаемой из б/у сырья, которое принимает компания в виде металла. Таким образом, сайт позволит автоматизировать работу персонала, выявить потребность в предлагаемых товарах из принимаемого сырья, а в случае необходимости даст возможность сформировать новые направления, которые без закупок оборудования и расширения штата можно будет протестировать и сделать соответствующие выводы. Таким образом, необходимо осуществить заказ следующего типа работ для продукции ООО «Региональные грузоперевозки»: совершенствование сайта, его продвижение, администрирование. Данные мероприятия являются потенциальными и, исходя из результатов, которые будут получены с учетом рекламы нового направления и работы с сайтом, могут быть дополнены или изменены.

В процессе оценивания шагов и эффективности совершенствования сайта компании и проведения тестирования направлений развития целесообразно оценить экономическую, функциональную, социальную эффективность. Стоимость работ была получена на основании расценок разработчиков сайтов [18]. Рассмотрим этапы разработки и сопровождения сайта, а также продолжительность процессов и стоимость сайта в рамках таблицы 9.

Таким образом, для реализации сайта необходимо 33 дня, 131 час и 39 700 рублей без учета единовременных и постоянных расходов на функционирование сайта.



Таблица 9

Название задачи	Длительность в днях	Трудозатраты в ч.	Фактические затраты
Формирование требований к сайту	3	12	4 400
Разработка и утверждение тех. задания	4	16	5 200
Создание тех. основы	3	12	4 400
Разработка и утверждение дизайна	4	16	4 800
Наполнение контентом	4	16	4 900
Тестирование	3	12	4 100
Публикация сайта в интернете	4	15	4 100
Разработка руководства пользователя	5	20	4 000
Обучение персонала	1	4	900
Формирование требований к сопровождению	1	4	1 100
Составление договоров на сопровождение	1	4	1 800
Итого	33	131	39 700

Среди единовременных расходов стоит отметить расходы на разработку проекта с учетом технического задания и задания для внедрения в размере 16 000 рублей и затраты на оплату труда специалистов, задействованных в процессе совершенствования сайта с учетом обучения персонала предприятия – 14 000 рублей. То есть единовременные расходы составят в сумме 30 000 рублей, в то время как постоянные расходы состоят из оплаты труда специалистов сопровождения в рамках договора за 6 000 рублей в месяц, регистрации доменного сайта, хостинга с дальнейшим продлением за 1 200 рублей в месяц. Таким образом, постоянные расходы составят 7 200 рублей.

Для рассмотрения экономического эффекта от совершенствования сайта необходимо прежде всего определить разницу единовременных и постоянных расходов [15, с. 129].

$$\text{Э прямые} = \Delta C \text{ зп.} - \Pi,$$

где  $\Delta C \text{ зп.}$  – понижение затрат на оплату труда сотрудников,

$\Pi$  – годовые приведенные затраты.

$$\text{Э прямые} = 50\,000 - 37\,200 = 12\,800 \text{ рублей.}$$

В нашем случае  $\Delta C \text{ зп.}$  будет представлена в виде 50 000 рублей, так как с совершенствованием сайта предусмотрено снижение оплаты труда сотрудникам, которые, помимо своей деятельности по реализации сырья, осуществляли поиск новых путей сбыта продукции предприятия.

Таким образом, величина прямого экономического эффекта составляет 12 800 рублей в месяц на реализацию сайта.

$$\Pi = \text{Пр.} + \text{Ер},$$

где пр. – постоянные расходы,

Ер. – единовременные расходы,

$$\Pi = 7\,200 + 30\,000 = 37\,200 \text{ рублей}$$

Также рассмотрим косвенный экономический эффект, который рассчитывается по следующей формуле:

$$\text{Экосв} = \Delta A + \Delta C \text{ себ} + \Delta \text{Ш},$$

где  $\Delta A$  – годовой прирост выручки от реализации продуктов, прочей реализации или иной внереализационной деятельности, взаимосвязанной с деятельностью сайта,

$\Delta C \text{ себ}$  – годовая экономия,

$\Delta \text{Ш}$  – незапланированные расходы.

Ожидаемое количество посетителей на сайте в месяц составляет 1 700 человек. Из них 5 % (85 человек) могут стать потенциальными клиентами и, соответственно, покупателями вторичного сырья, которые также могут быть заинтересованы продукцией, которая в перспективе

может быть произведена в процессе реализации программы повышения конкурентоспособности предприятия. Стоимость минимального заказа для бесплатной доставки продукции будет составлять 50000 рублей. Исходя из этого возможная прибыль в месяц посредством сайта составит:

$$50\ 000 \text{ рублей} \times 85 = 4\ 250\ 000 \text{ рублей},$$

с учетом того, что покупатели будут заказывать лишь минимальный список продукции, в случае заказа потребителями продукции более высокой стоимости потенциальная прибыль может быть увеличена.

ΔА (годовой прирост выручки от реализации продукции предприятия составит) = = 4 250 000 × 12 = 51 000 000 рублей.

Стоит отметить, что экономия расходующихся материалов для осуществления деятельности менеджеров составит 75 000 рублей. Следовательно, годовая экономия составит:

$$\Delta C_{\text{себ}} = 75\ 000 \times 12 = 900\ 000 \text{ рублей в год.}$$

ΔШ представлена в виде незапланированных расходов за год, в расчетах данный показатель будет принят за ноль.

На основании имеющихся данных расчет косвенного экономического эффекта дает следующие данные: Э<sub>косв</sub> = 51 000 000 + 900 000 + 0 = 51 900 000 рублей.

Для расчета годового экономического эффекта будет использована следующая формула:

$$\text{Э год} = \text{Э косв} + \text{Э прям},$$

где Э<sub>косв</sub> – косвенный экономический эффект,

Э<sub>прям</sub> – экономический эффект,

$$\text{Э год} = \text{Э косв} + \text{Э прям} = 51\ 900\ 000 + 12\ 800 = 51\ 912\ 800 \text{ руб.}$$

На основании показателей косвенного экономического эффекта и прямого экономического эффекта (больше нуля) подтверждается эффективность сайта.

Среди дополнительных показателей экономической эффективности также стоит отметить срок окупаемости и коэффициент экономической эффективности.

Срок окупаемости рассчитывается посредством использования следующей формулы:

$$E_p = \frac{\text{Затр. на сайт}}{\text{Э год}}$$

где Затр. на сайт – расходы на сайт без учета единовременных и постоянных расходов на функционирование сайта, Э год – годового экономического эффект.

$$E_p = \frac{39\ 700}{51\ 912\ 800} = 0,0007$$

Для продолжения расчета целесообразно найти коэффициент экономической эффективности, который будет рассчитан по следующей формуле:

$$\text{Ток} = \frac{1}{E_p}$$

где E<sub>p</sub> – срок окупаемости,

$$\text{Ток} = \frac{1}{0,0007} = 1428,5$$

После процедуры совершенствования сайта расходы снизятся и будет обеспечена дополнительная прибыль. Экономия, в свою очередь, позволит окупить расходы на создание и запуск сайта в первый месяц. Коэффициент экономической эффективности также высок, что, в свою очередь, обеспечено постоянным ростом клиентов и потенциальным расширением имеющихся.

С учетом разработок в рамках формирования мер по повышению конкурентоспособности ООО «Региональные грузоперевозки» был определен ряд преимуществ от реализации предлагаемых направлений.

### 3. Выводы.

В процессе написания работы была проведена оценка конкурентоспособности предприятия с учетом данных отчетности ООО «Региональные грузоперевозки». На основании анализа конкурентоспособности ООО «Региональные грузоперевозки» было выявлено, что исследуемое предприятие является одним из лидеров рынка в сфере приема металлолома с самовывозом.

Проанализировав внутреннюю и внешнюю среду предприятия с учетом различных факторов влияния, рисков, сильных и слабых сторон, была выявлена необходимость разработки и внедрения управленческих и технических решений, которые направлены на повышение конкурентоспособности предприятия с учетом полноценного использования имеющихся ресурсов предприятия.

С учетом сложившейся социально-экономической ситуации необходимы мероприятия по повышению конкурентоспособности и расширения на их основе производственных процессов в рамках предприятия. Такие меры позволят в перспективе повысить стоимость предприятия и обеспечить устойчивое развитие. Данные мероприятия будут основаны на задействованных в рамках повышения конкурентоспособности управленческих решений.

По результатам исследования были предложены шаги по расширению разделов сайта и фор-

#### Литература

1. Абаева Н. П. *Конкурентоспособность организации* / Н. П. Абаева, Т. Г. Старостина. – Ульяновск: УлГТУ, 2018. – С. 259.
2. Алисенов А. С. *Бухгалтерский финансовый учет [Текст]: учебник и практикум для академического бакалавриата* / А. С. Алисенов. – 2-е изд., пер. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – С. 464.
3. Алтухова А. Т. *Факторы повышения конкурентоспособности предприятия* / А. Т. Алтухова. – М.: Ника-Центр. – 2017. – № 9. – С. 35–38.
4. Белов В. А. *Основы финансового менеджмента: Учебное пособие*. / В. А. Белов. – М.: Финансы и статистика, 2017. – С. 176.
5. Бердникова Т. Б. *Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия* / Т. Б. Бердникова. – М.: Инфра-М, 2017. – С. 224.
6. Березов Н. И. *Конкуренция в экономике* / И. А. Березов. – М.: Ника-Центр, 2018. – С. 768.
7. Бланк И. А. *Финансовый менеджмент* / И. А. Бланк. – М.: Ника-Центр, 2018. – С. 528.
8. Бронникова Т. С. *Экономика фирмы. Учебное пособие* / Т. С. Бронникова. – М.: Теис, 2018. – С. 222.
9. Вашко Т. А. *Стратегия и конкурентоспособность* / Т. А. Вашко // *Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности*. – 2018. – № 7 (7). – С. 10.
10. Зуб А. Т. *Стратегический менеджмент: учебник и практикум для академического бакалавриата* / А. Т. Зуб. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – С. 375.
11. Иванова Л. А. *Маркетинговые исследования: практика проведения анализа конкурентоспособности организации* / Л. А. Иванова // *Современное общество и власть*. – 2018. – № 7. – С. 67–69.
12. Казакова Н. А. *Современный стратегический анализ: учебник и практикум для магистратуры* / Н. А. Казакова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – С. 386.
13. Каткова Т. В. *Конкурентоспособность как фактор взаимодействия предприятия с внешней средой* / Т. В. Каткова // *Актуальные вопросы управления, экономики и права. Современное образование и его роль в жизни общества: материалы международной научно-практической конференции*. – Новосибирск. – 2018. – С. 55–59.
14. Малюк В. И. *Стратегический менеджмент. Организация стратегического развития: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры* / В. И. Малюк. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – С. 361.
15. Мардас А. Н. *Экономический анализ: учебник и практикум для академического бакалавриата* / А. Н. Мардас, О. А. Гуляева, И. Г. Кадиев. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – С. 176.
16. ООО «Региональные грузоперевозки». [Электронный ресурс]. [Режим доступа]: <https://rgp86.ru/> (дата обращения 03.03.2022), свободный. – Загл. с экрана.
17. Саяпина О. Н. *Современные направления повышения конкурентоспособности организаций* / О. Н. Саяпина // *Символ науки*. – 2017. – Т. 1. – № 2. – С. 101–104.
18. Фриланс-платформа Kwork. [Электронный ресурс]. [Режим доступа]: <https://kwork.ru/categories/website-development> (дата обращения 03.03.2022), свободный. – Загл. с экрана.
19. Aleksei V. Bogoviz, Yulia V. Ragulina. (2020) *Industry Competitiveness: Digitalization, Management, and Integration* (pp.100-125) Springer. ISBN 978-3-030-40748-3.
20. Serge Yablonski. (2019) *Sustainable Enterprise Performance: A Comprehensive Evaluation Method* (pp. 129-230) Wiley. ISBN 978-1-119-61827-0
21. Vivek Kale. (2017) *Agile Network Businesses* (pp. 291-485). CPC Press. ISBN 978-1-498-74832-2.
22. Vivek Kale. (2018) *Enterprise Performance Intelligence and Decision Patterns* (pp. 102-288). CPC Press. ISBN 978-1-498-78469-6.

#### References:

1. Abaeva N. P. *Konkurentosposobnost' organizacii* / N. P. Abaeva, T. G. Starostina. – Ulyanovsk: UIGTU, 2018. – S. 259.
2. Alisenov A. S. *Buhgalterskij finansovyy uchet [Tekst]: uchebnik i praktikum dlya akademicheskogo bakalavriata* / A. S. Alisenov. – 2-e izd., per. i dop. – M.: Izdatel'stvo YUrajt, 2019. – S. 464.
3. Altuhova A. T. *Faktory povysheniya konkurentosposobnosti predpriyatiya* / A. T. Altuhova. – M.: Nika-Centr. – 2017. – № 9. – S. 35–38.
4. Belov V. A. *Osnovy finansovogo menedzhmenta: Uchebnoe posobie*. / V. A. Belov. – M.: Finansy i statistika, 2017. – S. 176.
5. Berdnikova T. B. *Analiz i diagnostika finansovo-hozyajstvennoj deyatel'nosti predpriyatiya* / T. B. Berdnikova. – M.: Infra-M, 2017. – S. 224.
6. Berezov N. I. *Konkurenciya v ekonomike* / A. I. Berezov. – M.: Nika-Centr, 2018. – S. 768.
7. Blank I. A. *Finansovyy menedzhment* / I. A. Blank. – M.: Nika-Centr, 2018. – S. 528.
8. Bronnikova T. S. *Ekonomika firmy. Uchebnoe posobie* / T. S. Bronnikova. – M.: Teis, 2018. – S. 222.
9. Vashko T. A. *Strategiya i konkurentosposobnost'* / T. A. Vashko // *Strategiya predpriyatiya v kontekste povysheniya ego konkurentosposobnosti*. – 2018. – № 7 (7). – S. 10.
10. Zub A. T. *Strategicheskij menedzhment: uchebnik i praktikum dlya akademicheskogo bakalavriata* / A. T. Zub. – 4-e izd., pererab. i dop. – M.: Izdatel'stvo YUrajt, 2017. – S. 375.
11. Ivanova L. A. *Marketingovye issledovaniya: praktika provedeniya analiza konkurentosposobnosti organizacii* / L. A. Ivanova // *Sovremennoe obshchestvo i vlast'*. – 2018. – № 7. – S. 67–69.
12. Kazakova N. A. *Sovremennyy strategicheskij analiz: uchebnik i praktikum dlya magistratury* / N. A. Kazakova. – 2-e izd., pererab. i dop. – M.: Izdatel'stvo YUrajt, 2019. – S. 386.
13. Katkova T. V. *Konkurentosposobnost' kak faktor vzaimodejstviya predpriyatiya s vneshnej sredoj* / T. V. Katkova // *Aktual'nye voprosy upravleniya, ekonomiki i prava. Sovremennoe obrazovanie i ego rol' v zhizni obshchestva: materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii*. – Novosibirsk. – 2018 – S. 55–59.
14. Malyuk V. I. *Strategicheskij menedzhment. Organizaciya strategicheskogo razvitiya: uchebnik i praktikum dlya bakalavriata i magistratury* / V. I. Malyuk. – M.: Izdatel'stvo YUrajt, 2017. – S. 361.
15. Mardas A. N. *Ekonomicheskij analiz: uchebnik i praktikum dlya akademicheskogo bakalavriata* / A. N. Mardas, O. A. Gulyaeva, I. G. Kadiev. – 2-e izd., ispr. i dop. – M.: Izdatel'stvo YUrajt, 2019. – S. 176.
16. ООО «Regional'nye gruzoperevozki». [Elektronnyj resurs]. [Rezhim dostupa]: <https://rgp86.ru/> (data obrashcheniya 03.03.2022), svobodnyj. – Zagl. s ekrana.
17. Sayapina O. N. *Sovremennye napravleniya povysheniya konkurentosposobnosti organizacij* / O. N. Sayapina // *Simvol nauki*. – 2017. – T. 1. – № 2. – S. 101–104.
18. Frilans-platforma Kwork. [Elektronnyj resurs]. [Rezhim dostupa]: <https://kwork.ru/categories/website-development> (data obrashcheniya 03.03.2022), svobodnyj. – Zagl. s ekrana.
19. Aleksei V. Bogoviz, Yulia V. Ragulina. (2020) *Industry Competitiveness: Digitalization, Management, and Integration* (pp.100-125) Springer. ISBN 978-3-030-40748-3.
20. Serge Yablonski. (2019) *Sustainable Enterprise Performance: A Comprehensive Evaluation Method* (pp. 129-230) Wiley. ISBN 978-1-119-61827-0
21. Vivek Kale. (2017) *Agile Network Businesses* (pp. 291-485). CPC Press. ISBN 978-1-498-74832-2.
22. Vivek Kale. (2018) *Enterprise Performance Intelligence and Decision Patterns* (pp. 102-288). CPC Press. ISBN 978-1-498-78469-6.