

нейшим шагом на пути к повышению уровня качества жизни населения России, увеличению положительной динамики социально значимых показателей и стабилизации экономического положения страны в целом.

#### Литература

1. Джек А.А. Анализ и прогнозирование рынка труда в России. [Электронный ресурс] - 2016. – Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2016/pdf/25371.pdf>. – Дата доступа: 26.02.17).

УДК 339.564.2

### **СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ЭКСПОРТОМ КАК ОБЪЕКТ АВТОМАТИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «БЕЛАРУСЬКАЛИЙ»**

Блашкевич И.Ю., преподаватель кафедры  
«Экономические теории»

Белорусский национальный технический университет  
г. Минск, Беларусь

Несмотря на то, что в Беларуси внешнеторговое сальдо традиционно складывается на отрицательном уровне (импорт превышает экспорт), экономическая политика страны направлена на развитие экспорта, поиск новых рынков сбыта и новых торговых партнеров. Внедрение системы управления экспортом на уровне предприятия ставит перед собой следующие цели:

1. Минимизировать риски в ходе совершения экспортной сделки;
2. Обеспечить сохранность и защиту информации в процессе ее обработки и передачи другим участникам сделки;
3. Согласовать работу всех сотрудников, так или иначе вовлеченных в сопровождение экспортной операции;
4. Обеспечить системный анализ потенциального рынка сбыта и поиск новых потребителей продукции [3].

Стандартная экспортная операция включает в себя следующую последовательность действий:

- Исследование потенциального рынка сбыта и анализ потребностей возможных партнеров;
- Выбор экспортируемой продукции;
- Заключение контракта на экспорт продукции с торговым партнером;
- Исполнение контракта и экспорт продукции согласно его оговоренным в нем условиям [2].

Первый этап экспортной операции требует получения информации о номенклатуре, количестве и основных характеристиках экспортируемой продукции. Второй этап экспорта предполагает формирование предварительного перечня экспортируемой продукции, в который должна быть включена информация о качестве оборудования, технологиях изготовления, сертификации, цене. Третий этап подразумевает заключение экспортного контракта с его спецификацией. Наконец, на четвертом этапе осуществляется контроль за соблюдением условий контракта и непосредственное проведение экспортной поставки.

Представляется возможным рассмотреть экспортную деятельность на примере ОАО «Беларуськалий». Функции реализации поставок выпускаемой продукции предприятия возложены на управление продаж и логистики ОАО «Беларуськалий». В состав управления входят: отдел экспорта и логистики; отдел поставок на внутренний рынок и в страны СНГ; отдел мониторинга продаж и рекламы и отдел таможенного оформления [1].

В данный момент на предприятии внедрена собственная АСУП, которая работает по централизованной схеме. Когда требуются сложные расчеты, они выполняются на мощностях АСУП. В качестве основной базы данных действует СУБД Oracle. В дневные рабочие часы к серверу с Oracle одновременно подключается около 2 тыс. пользователей системы. Разработанная собственными силами сотрудников компании система управления предприятия написана на Delphi и построена на базе СУБД Oracle. Общий объем данных, хранящихся в СУБД, достигает 120 Гб. Система работает на двух серверах, объединенных в кластер.

### Список литературы

1. Портал о ERP, CRM, MES, EAM, ERP-решениях и системах управления предприятием в РБ / статья «Автоматизация «Беларуськалия» - масштабы впечатляют» / Режим доступа: <http://www.belerp.com/modules.php?name=Pages&pa=showpage&pid=138>. - Дата доступа: 05.02.17.
2. Рамзаев Михаил, «E-business - E-enterprise: современные информационные технологии внутри организации» / Режим доступа: <http://www.citycor.ru/e-bus/enterp/scm.html>. – Дата доступа: 07.02.17.
3. Dynamics CRM, Test Drive / Режим доступа: <http://crmtestdrive.dynamics.com/ru-ru/crm?role=2>. – Дата доступа: 03.02.17.

УДК 338.2

### **ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОРОДА**

Бунько С.А., старший преподаватель кафедры мировой экономики, маркетинга, инвестиций

Брестский государственный технический университет  
г. Брест, Беларусь

Управление конкурентоспособностью (КСП) города ставит задачи выявления факторов, лежащих в ее основе. Под фактором КСП будем понимать характеристику города, предопределяющую степень, характер и особенности его участия в конкурентных отношениях с другими территориальными образованиями. При этом факторы могут быть трансформированы в конкурентные преимущества, под которыми будем понимать используемые факторы КСП города, обеспечивающие его привлекательность и конкурентоспособность по сравнению с другими территориальными образованиями. Существует большое количество классификаций факторов территориальной КСП, исследование которых позволило систематизировать признаки их выделения, такие как: а) целевая группа потребителей; б) принадлежность к внешней и внутренней среде