

**Министерство образования и науки Российской Федерации
Департамент образования Ивановской области
Департамент экономического развития и торговли
Ивановской области
Совет ректоров вузов Ивановской области**

**ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный
политехнический университет»**



**Межвузовская научно-техническая конференция
аспирантов и студентов с международным участием**

**«МОЛОДЫЕ УЧЕНЫЕ - РАЗВИТИЮ
ТЕКСТИЛЬНО-ПРОМЫШЛЕННОГО КЛАСТЕРА»**

(ПОИСК - 2014)

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

Часть 1

Иваново 2014

**Министерство образования и науки Российской Федерации
Департамент образования Ивановской области
Департамент экономического развития и торговли
Ивановской области
Совет ректоров вузов Ивановской области
ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный
политехнический университет»**

**Межвузовская научно-техническая конференция
аспирантов и студентов с международным участием**

**«МОЛОДЫЕ УЧЕНЫЕ – РАЗВИТИЮ ТЕКСТИЛЬНО-
ПРОМЫШЛЕННОГО КЛАСТЕРА»
(ПОИСК - 2014)**

22 - 24 апреля 2014 года

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

*Часть 1
(секции 1–6)*

Иваново 2014

УДК 67.02.001.5

Молодые ученые – развитию текстильно-промышленного кластера (ПОИСК - 2014): сборник материалов межвузовской научно-технической конференции аспирантов и студентов с международным участием. Ч. 1. – Иваново: Иванов. гос. политехн. ун-т, 2014. - 280 с.

Рецензенты:

Глазунов В.Ф., д-р техн. наук, проф. ИГЭУ;

Смирнова Н.С., д-р техн. наук, проф. КГТУ;

Кузнецов В.Б. д-р техн. наук, проф. ИВГПУ

Редакционная коллегия

Чл.-кор. РААСН, д-р техн. наук, проф. Алюян Р.М., академик РААСН, д-р техн. наук, проф. Федосов С.В., д-р техн. наук, проф. Чистобородов Г.И., канд. техн. наук, проф. Сотскова О.П., д-р техн. наук, проф. Карева Т.Ю., канд. хим. наук, проф. Васильев В.В., д-р техн. наук, проф. Изгородин А.К., д-р техн. наук, проф. Кузьмичев В.Е., д-р техн. наук, проф. Метелева О.В., д-р соц. наук, проф. Егорова Л.С., д-р техн. наук, проф. Роньжин В.И., канд. техн. наук, проф. Осипов А.М., канд. техн. наук, проф. Мизонова Н.Г., д-р техн. наук, проф. Гусев Б.Н., канд. техн. наук, проф. Смирнов А.Н., д-р техн. наук, проф. Фомин Ю.Г., д-р техн. наук, проф. Коробов Н.А., д-р техн. наук, проф. Калинин Е.Н., канд. техн. наук, проф. Иванов А.В., д-р техн. наук, проф. Акулова М.В., д-р техн. наук, проф. Румянцева В.Е., канд. физ.-мат. наук, проф. Каган Ф.И., д-р полит. наук, проф. Воронов Ю.М.

ISBN 978-5-88954-402-9 (часть 1) ©
ISBN 978-5-88954-401-2

© ФГБОУ ВПО «Ивановский
государственный политехнический
университет», 2014

Конкурентоспособность продукции: исследование и пути повышения

Н.В. МАЛАШОНОК, Г.А. ЯШЕВА

(Витебский государственный технологический университет, Беларусь)

Проблема конкурентоспособности продукции носит в современном мире универсальный характер. И от того, насколько успешно она решается, зависит многое в экономической и социальной жизни любой страны.

Производство современной, конкурентоспособной обуви имеет большое значение для успешного функционирования экономики Республики Беларусь. Это позволит обеспечить потребность внутреннего рынка обувью отечественного производства, а также минимизировать импорт, на долю которого в январе-июле 2013 года приходилось 41,7%. Ежегодно в республику ввозится в среднем около 10 млн пар обуви, чтобы удовлетворить спрос населения [1].

СООО «Белвест»- крупный производитель обуви в Республике Беларусь, его доля на рынке составляет 28% [1]. Предприятие специализируется на производстве кожаной обуви для мужчин, женщин и детей. Мировой объем производства кожаной обуви в 2010 г. сократился по сравнению с 2009 г. на 1,9% и составил 4 423,3 млн. пар. [2]. В связи с такой тенденцией и усилением международной конкуренции, возрастает актуальность разработки стратегии повышения конкурентоспособности обуви для многих белорусских производителей. Для анализа конкурентоспособности продукции была использована методика взвешенной оценки степени удовлетворенности потребителей потребительскими свойствами обуви (таблица 1).

Таблица 1 - Оценка удовлетворенности потребителей обувью СООО«Белвест» по показателям

Показатели удовлетворенности	Оценка удовлетворенности		
	балл	Весовой коэффиц.	Оценка удовлетв. в.
Качество товара	4,43	0,26	1,152
Насыщенность рынка и ассортимента товара	4,10	0,17	0,697
Дизайн обуви	4,20	0,22	0,924
Уровень сервиса	3,85	0,16	0,616
Цена	3,01	0,19	0,572
Совокупная оценка удовлетворенности (максимальная оценка – 5)			3,961

*Составлено автором

Таким образом, совокупная оценка удовлетворенности потребителей составляет 3,961 балла из максимально возможных 5 баллов. Для повышения конкурентоспособности продукции предприятию «Белвест» необходимо:

- обеспечить соответствие исполнения обуви массового производства образцам;
- предпринять меры для улучшения таких качественных показателей как мягкость обуви, аккуратность исполнения;
- необходимо провести комплекс мероприятий по расширению и совершенствованию программы лояльности (дисконтная программа, совместные единовременные акции с крупными розничными сетями и т.п.);
- развитие электронной торговли посредством создания нового канала сбыта – Интернет-магазина, с целью дать возможность приобрести продукцию «Белвест» потенциальным покупателям в городах республики, где нет фирменных магазинов и представительств, что будет способствовать улучшению сервиса обслуживания и расширению зоны представленности торговой марки, поддержание имиджа современной компании.

Данные мероприятия повысят потребительскую удовлетворенность, и, следовательно, повысится конкурентоспособность продукции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сайт национального статистического комитета Республики Беларусь. [электронный ресурс]. – 2013. – Источник доступа: <http://www.belstat.gov.by>.

2. InternationalTradeCentre. [электронный ресурс]. – 2013. – Источник доступа: <http://www.marketing.vc/registracia.php>

УДК 658.1: 339

Проблемы формирования текстильного кластера: опыт Беларуси

З.Н. СЛИЖОВА, Г.А. ЯШЕВА

(Витебский государственный университет, Беларусь,
Ивановский государственный политехнический университет)

В Республике Беларусь определены следующие программные цели по совершенствованию льняной отрасли:

- создание кластера льняной продукции (в Стратегии привлечения прямых иностранных инвестиций до 2015 г. [1];
- создание на базе РУПТП «Оршанский льнокомбинат» холдинга «Витебский лен» (протокол № 6 поручений председателя Витебского областного исполнительного комитета (от 21.03.2012 г.) [2].

Тем не менее кластер и холдинг это не идентичные объединения. **Кластер товаропроизводителей** рассматривается как сетевая организация комплементарных, территориально взаимосвязанных отношениями сотрудничества предприятий и организаций (включая специализированных поставщиков, в том числе услуг, а также производителей и покупателей), объединенных вокруг научно-образовательного центра, которая связана отношениями партнерства с местными учреждениями и органами государственного и регионального управления с целью повышения конкурентоспособности предприятий, регионов и национальной экономики.

Преимущества кластера обусловлены следующими обстоятельствами: *развитие человеческого капитала* в результате накопления в кластерах знаний и передачи неформальных знаний; *развитие инновационной деятельности* за счет улучшения методов решения сложных задач, гибкости и скорости разработок и