

По мнению автора работы, данный вопрос требует более глубокого изучения, чем автор и планирует заняться в своих дальнейших исследованиях.

Источники литературы

1. Брукинг, Э. Интеллектуальный капитал: ключ к успеху в новом тысячелетии / Э. Брукинг: пер. с англ.; под. ред. Л. Н. Ковалик. – СПб.: Питер, 2011. – 288 с.
2. Козырев, А.Н., Макаров, В.Л. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности. - М.: РИЦ ГШ ВС РФ, 2003. - 368 с.
3. Леонтьев, Б.Б. Цена интеллекта: Интеллектуальный капитал в российском бизнесе: Оценка, ориентирование, моделирование, защита прав / Б.Б. Леонтьев – Изд. Акционер, 2002. - 196 с.
4. Лукичева, Л.И., Егорычева, Е.В., Организационно-экономический механизм управления интеллектуальным капиталом // Организатор производства, - 2011 - Том 26. - №3.
5. Новосельцев О.В. Интеллектуальная собственность в имуществе предприятия: документальное оформление, оценка, учет. – М.: Патент, 2006. – 70 с.
6. Романтеев, П.В. Аналитический обзор методик оценки интеллектуального капитала Аналитический обзор методик оценки интеллектуального капитала // Экономика, предпринимательство и право. – 2011. – Том 1. – № 3. – С. 36-48.
7. Эдвинсон, Л. Интеллектуальный капитал. Определение истинной стоимости капитала / Л. Эдвинсон, М. Мэлоун; под. ред. В. Л. Иноземцева. – М., 2000. – 318 с
8. Библиотека электронных ресурсов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org> – Дата доступа: 28.11.2018.

*Apanasevich Maria Viktorovna
Belarus state economic university*

Intellectual capital as a factor for the operational success of an enterprise

Annotation: The expediency of the intellectual capital's using in the economic activity of enterprises at the current stage of economic development is justified. Different approaches to the definition of the term of international and local experts are considered, its structure is determined, the process of the intellectual capital's management is described and the characteristics of the groups of measurement methods are given in this article.

Keywords: intellectual capital, structure, management, measurement methods.

УДК 338.24

*Афанасенкова Анна Михайловна, Мезенко Маргарита Николаевна
Белорусский государственный экономический университет
mezenko.rita@mail.ru*

Основные проблемы повышения конкурентоспособности и эффективности предприятий в современных экономических условиях

На сегодняшний день проблема повышения эффективности и конкурентоспособности предприятия становится все более актуальной. В период развития инновационной экономики возникает острая необходимость формирования производственного потенциала и повышения конкурентоспособности предприятия. В настоящее

время в условиях глобализации и выхода экономики на постиндустриальный уровень развития инновации превращаются в важнейший фактор конкурентоспособности. Результатами осуществления инноваций являются: обновление и расширение ассортимента производимой продукции, повышение ее технического уровня и качества; создание новых потребительных стоимостей, удовлетворяющих ранее неизвестные производственные и личные потребности; повышение эффективного производства, снижение стоимости продукции и повышение ее рентабельности.

Предприятия придают большое значение анализу своих сильных и слабых сторон для оценки реальных возможностей в конкурентной борьбе и разработке мер и средств, за счёт которых предприятие могло бы повысить конкурентоспособность и эффективность деятельности и обеспечить свой успех.

Предприятия, имеющие более низкие издержки производства, получают большую прибыль, что позволяет расширять масштабы производства, повышать технический уровень, экономическую эффективность и качество продукции, а также совершенствовать систему сбыта. В результате эффективность деятельности и конкурентоспособность таких предприятий и выпускаемой ими продукции гораздо выше, чем конкурентоспособность иных предприятий, что способствует увеличению доли на рынке за счёт других предприятий, не имеющих таких финансовых и технических возможностей [1].

Однако, даже предприятиям, имеющим достаточно высокий уровень конкурентоспособности, нужно помнить о трёх главных составляющих повышения эффективности и конкурентоспособности предприятия.

На наш взгляд существует несколько направлений повышения эффективности и конкурентоспособности предприятий, достижение которых невозможно без применения инновационного потенциала предприятия:

- постоянное повышение качества продукции за счет применения инновационных технологий производства продукции;
- поддержание положительного имиджа предприятия;
- совершенствование эффективности системы менеджмента предприятия.

Организации, которые настроены на серьезную конкурентную борьбу, уделяют особое внимание инновационному развитию. Если

проанализировать историю рыночных эволюционных преобразований и взаимоотношений, можно заключить, что инновации являются важнейшими элементами, которые составляют бизнес-процесс для организаций, наиболее успешно действующих в конкурентной среде и ориентированных на сохранение и упрочение своих лидирующих позиций в будущем.

Это объясняется просто: новация способна дать настолько значительную отдачу, что позволит серьезно оторваться от конкурентов. Очень часто организация, вырывающаяся вперед на инновационной волне, так и остается в лидерах потому, что преимущества такого старта могут оказаться недоступны для других участников рынка, а компенсировать отставание другими способами практически невозможно.

Качество продукции в условиях современного инновационного производства – важнейшая составляющая эффективности, рентабельности предприятия, поэтому ему необходимо уделять постоянное внимание. Современная политика передовых отечественных и зарубежных предприятий в области качества заключается во взаимосвязанности и неотделимости ее от общей политики предприятия. Для повышения качества продукции и доведения его до международных требований на предприятиях проводится и будет проводиться значительная работа по усовершенствованию технологии, внедрению оборудования и приспособлений малой механизации, что приводит к тому, что потребители не имеют претензий к качеству выпускаемой организациями продукции.

Основными задачами предприятия в сфере повышения качества производимой продукции являются:

–совершенствование форм и методов управления качеством на всех уровнях управления;

–стимулирование создания новых видов конкурентоспособной продукции с применением инновационных технологий производства, повышение экспортных возможностей;

–совершенствование информационного обеспечения в области качества и конкурентоспособности;

–образование и подготовка кадров;

–организационные мероприятия и пропаганда в области качества;

–внедрение новых, более качественных и инновационных материалов при изготовлении продукции;

–материальное и моральное стимулирование персонала за высококачественное выполнение своих обязанностей.

Таким образом, предприятиям важно сохранять ассортиментную политику с наращиванием темпов роста объемов производства и реализации продукции при одновременном внедрении в производство новых, более совершенных моделей продукции.

Также в последние годы возросло внимание к такой совокупности представлений, как имидж предприятия. Это связано с возникшей необходимостью предпочтения потребителями того или иного товара либо услуги, а также высокой конкуренцией на рынке. При формировании имиджа предприятия немало важную роль играет престижная реклама, т.е. продвижение товаров или услуг предприятия в целом, представляя ее имидж для аудитории общественности и клиентуры в привлекательном ракурсе.

Сегодня помимо традиционных рекламных методов воздействия на конечного потребителя существуют также методы с использованием инновационных технологий. Появились они сравнительно недавно, однако уже получили широкое распространение среди производителей и горячее одобрение целевой аудитории:

1) технология InDoor TV. Это одна из наиболее перспективных и уже зарекомендовавших себя видов инновационной рекламы за рубежом, представляющая собой трансляцию видеорекламы в местах массового скопления людей. По статистике, на нее обращают внимание более 90% потенциальных покупателей.

2) технология X3D video. Эта технология, разработанная компанией X3D Technologies Corporation, впервые была представлена публике на конференции высоких технологий в США. Внимание потребителя привлекает не плоское, а трехмерное изображение, содержащее рекламную информацию. Теперь картинка способна легко выйти за пределы экрана, затем также легко вернуться обратно, оставив неизгладимое впечатление в головах проходящих мимо людей. А ее главным козырем, в отличие от простых 3D технологий, является восприятие трехмерных изображений без использования дополнительных средств, таких, как специальные шлемы или стереочки.

3) технология Video Click - это технология, которая объединила в себе два самых востребованных и наиболее эффективных вида рекламы – видео и контекст. Появление и воспроизведение

видеоролика осуществляется только при осознанном наведении курсора мышки на специально выделенное слово. Все слова подбираются индивидуально для каждой рекламной кампании, в зависимости от ее задач и целей. Многие крупные западные компании уже ощутили плюсы технологии VideoClick. С помощью технологии videoclick могут быть решены следующие задачи:

– проведение имиджевой рекламной кампании, направленной на повышение узнаваемости бренда;

– проведение кампании, рекламирующей определенный товар или услугу;

– информирование потребителей о проводимых рекламных акциях, скидках, спецпредложениях [2].

Повышение эффективности управления является необходимой составляющей успешной деятельности любого предприятия. В настоящее время существует множество способов повышения эффективности менеджмента, каждый из которых направлен или на самого руководителя, его личные и профессиональные качества, или на какой-либо элемент управленческой деятельности.

Обеспечение эффективности развития организации невозможно без осуществления технических инноваций, направленных на повышение производительности труда. Осмысление проблемы эффективного развития организаций побуждает корректировать многие прежние подходы к пониманию сути и закономерностей производственного процесса и своевременно реагировать на новые проблемы.

Для эффективной работы в новых условиях сейчас все чаще стали требоваться работники высокой квалификации, владеющие знаниями по технологии, экономике, организации производства, способные не просто выполнять распоряжения, а самостоятельно проявлять инициативу и предприимчивость.

Важнейшим условием успеха любой инновационной деятельности является наличие в организации сотрудников-инноваторов.

Инновационные подходы в управлении персоналом, которые на сегодняшний день применяются в Республике Беларусь:

- система отбора, переобучения;
- социальная адаптация сотрудника;
- смысловая значимость труда, высокая внешняя и внутренняя мотивация сотрудника;

- применение специальных тестов соответствия при подборе сотрудников;
- управление конфликтами;
- эффективная система аттестации персонала (оценка соответствия возможностей имеющихся работников, уровня квалификации, навыков, отношения к своим обязанностям);
- управление деловой карьерой сотрудника;
- кадровое планирование;
- кадровый резерв;
- управление знаниями.

Таким образом, персонал является неотъемлемой частью инновационной деятельности организации, и что не мало важно, источником инновационных идей. Именно человеческий инновационный потенциал создает инновационный потенциал организации. Уровень квалификации, навыков, знаний, умений - все это в совокупности создает одну большую систему для эффективной инновационной деятельности организации во всех сферах, включая систему управления человеческими ресурсами.

Итак, делая вывод нужно отметить, что предприятиям необходимо периодически проводить оценку эффективности менеджмента, а также разрабатывать различные мероприятия по ее повышению [3].

Таким образом, управление повышением эффективности и конкурентоспособности предприятия - это такое управление организацией, которое опирается на человеческий потенциал высокомотивированных сотрудников как основу организации; стремится к всестороннему развитию отношений с потребителями с целью удовлетворения его потребностей за счет производства продукции и предоставления услуг, близких к идеалу; осуществляет гибкое регулирование и своевременные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, что в совокупности позволяет организации выживать и достигать своей цели в долгосрочной перспективе.

Источники литературы

1. Габимова, М.Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия [Текст] // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2015 г.). — М.: Буки-Веди, 2015. — С. 85-87. — [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/134/8220/> - Дата доступа: 08.12.2018.

2. Долгина, Е.С., Ильина, М.Ю. Роль рекламы в формировании имиджа компании на примере ООО ЧОО «Периметр» г. Нижневартовска [Текст] // Экономическая наука и практика: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Чита, апрель 2016 г.). — Чита: Издательство Молодой ученый, 2016. — С. 43-46. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://e-koncept.ru/2017/770462.htm> - Дата доступа: 07.12.2018.
3. Демина, Ю.В. Эффективность менеджмента и пути ее повышения // Современные научные исследования и инновации. 2015. № 4 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2015/08/1710> - Дата доступа: 09.12.2018.

*Afanasenkova Anna, Mezenko Margarita
Belarus state economic university*

The main problems of improving the competitiveness and efficiency of enterprises in modern economic conditions

Annotation. The article examines the main directions of improving the competitiveness and efficiency of enterprises. The main ways of improving the competitiveness and efficiency of enterprises in modern economic conditions are considered. Identifies the main tasks in the field of improving the competitiveness and efficiency of the enterprise.

Keywords: efficiency, competitiveness, growth directions, level of competitiveness, management efficiency, image of the enterprise.

УДК 338.24

*Афанасенкова Анна Михайловна, Мезенко Маргарита Николаевна
Белорусский государственный экономический университет
a.afon17@mail.ru*

Методологические аспекты определения уровня конкурентоспособности произведенной ИПУП «ВЕЗА-Г» продукции

Конкурентоспособность в широком смысле слова - это оценочная категория, которая характеризует возможность оцениваемого объекта успешно конкурировать. Следовательно, высказывания о конкурентоспособности государства, предприятия, продукта или цены на этот продукт, могут быть одинаково корректны. Все зависит от конкретной ситуации и задач, для которых используется понятие «конкурентоспособность» [1].

На сегодняшний день конкуренция растет и усиливается, поэтому внедрение новых технологий стало основным средством повышения эффективности производства, улучшения качества товаров и услуг, а также ключевым условием конкурентоспособности предприятий.

На основе изученной экономической литературы можно выделить несколько подходов к решению задачи по оценке конкурентоспособности предприятия и производимой им продукции.

Так, матричные методы базируются на маркетинговой оценке деятельности предприятия и его продукции. В основе методики лежит