

Возникает вопрос об оптимизации и автоматизации документооборота, уменьшении количества документов, а также вопросе абсолютной защиты информации при электронном документообороте. При решении этих вопросов это облегчит и ускорит процесс экспортных операций, а следовательно, может и увеличить их количество и оборачиваемость.

Источники

1. Таможенный кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 4 янв. 2007 г., № 204-3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.
2. Конвенция о договоре международной дорожной перевозки грузов (КДПГ) [Электронный ресурс] : [заключена в г. Женеве 19.05.1956 г.] // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.
3. Об утверждении бланка международной товарно-транспортной накладной : постановление М-ва транспорта и коммуникаций Респ. Беларусь, 24 июня 2004 г., № 23 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2004. — № 8/11404.
4. Налоговый кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 29 дек. 2009 г., № 71-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 30.12.2018 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.
5. О развитии предпринимательства [Электронный ресурс] : Декрет Президента Респ. Беларусь, 23 нояб. 2017 г., № 7 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.

СНИЛ «Инноватика»

*М. А. Бартош, А. Ю. Бондарева, Е. С. Селюжицкая,
Е. А. Шульга, Н. И. Гедранович*

Научный руководитель — магистр экономических наук О. Г. Довыдова

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ОБОСНОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

В работе раскрывается сущность понятия конкурентоспособности продукции, рассматриваются отдельные расчетные и графические методы оценки, исследуются основные направления повышения конкурентоспособности продукции и белорусских промышленных предприятий. Несомненным преимуществом данной статьи является критический сравнительный анализ основных методов оценки конкурентоспособности продукции и определение их преимуществ и недостатков.

Развитие и повышение конкурентоспособности отечественных предприятий невозможно без активизации инновационной деятельности и формирования конкурентных преимуществ, которые должны охватывать все стадии

производства начиная от проектирования и заканчивая реализацией продукции. Как показывает практика, между конкурентоспособностью и инновационными существующая прямая взаимосвязь. Предприятия, внедряющие инновации, имеют возможность не только реализовывать продукцию, пользующуюся спросом, но и снижать издержки за счет современных технологий. При прочих равных условиях предприятие, первым внедрившее инновационные разработки, будет обладать большими преимуществами по сравнению с конкурентами, как перед потенциальными потребителями, так и перед инвесторами. Однако на практике далеко не все белорусские предприятия используют инновации в своей деятельности, а также не готовы к ним или не способны к их внедрению.

Именно поэтому вопрос об инновационном развитии белорусских предприятий, а также повышении конкурентоспособности выпускаемой продукции и предприятия в целом в настоящее время является достаточно актуальным.

Каждое предприятие развивается и функционирует на рынке для производства товаров и оказания услуг, стремится добиться основной цели — максимизации прибыли. В условиях развития рыночных отношений в Республике Беларусь понятие «конкурентоспособность» выходит на передний план. Рыночные экономические отношения складываются в условиях конкуренции. Под конкуренцией понимается соперничество между отдельными лицами, хозяйственными единицами, заинтересованными в достижении одной и той же цели в каком-либо виде деятельности. Конкуренция характеризуется наличием нескольких соперников, одной и той же сферой деятельности, совпадающей целью.

Проанализировав соотношение конкурентоспособности продукции и предприятия, рассмотрев вопрос тождества понятий и выявив определенную взаимосвязь, можно сделать вывод о том, что конкурентоспособность продукции и предприятия соотносятся как часть и целое. С одной стороны, конкурентоспособность предприятия определяется конкурентоспособностью выпускаемой продукции, а с другой — товарный знак, бренд, известность производителя сами по себе являются достаточно сильными конкурентными преимуществами и определенным образом оказывают влияние на конкурентоспособность продукции [1].

Конкурентоспособность продукции является основой и необходимым условием достижения конкурентоспособности предприятия, определяет возможность его процветания, но сами по себе понятия не тождественны.

Не существует и единого общепринятого метода оценки конкурентоспособности продукции. С одной стороны, это значит, что метод оценки выбирается исходя из специфики оцениваемой продукции. Но с другой стороны, применение различных методов оценки конкурентоспособности может привести к разным конечным результатам. Именно поэтому целесообразно проанализировать методы оценки конкурентоспособности продукции и выявить достоинства и недостатки каждого из них. Систематизация основных методов оценки конкурентоспособности продукции приведена в таблице.

Сравнительная характеристика методов оценки конкурентоспособности продукции

Метод	Достоинства	Недостатки
Дифференциальный метод	<ul style="list-style-type: none"> • наиболее упрощенный метод; • основывается на использовании единичных показателей конкурентоспособности продукции 	<ul style="list-style-type: none"> • при расчете не учитывается весомость единичных показателей; • в расчет берутся только значения показателей без учета предпочтений потребителя при выборе
Комплексный метод	<ul style="list-style-type: none"> • предполагает расчет групповых показателей по потребительским, экономическим и ценовым параметрам; • при расчете учитывается значимость показателя 	<ul style="list-style-type: none"> • полученные значения групповых показателей показывают превосходство (недостатки) изделия не в целом, а лишь по отдельным характеристикам
Метод расчета интегрального показателя конкурентоспособности	<ul style="list-style-type: none"> • наиболее предпочтителен ввиду точности получаемых результатов; • включает в себя дифференциальный и комплексный методы; • учитывает влияние комбинации отдельных факторов на итоговое значение конкурентоспособности 	<ul style="list-style-type: none"> • трудоемкий метод; • для проведения расчетов необходимо наличие исходных данных, которые не всегда представлены в открытом доступе
Экспертный метод оценки в баллах	<ul style="list-style-type: none"> • прост в применении; • не требует сбора информации о конкурентах; • базируется на знаниях и опыте специалистов в определенной области; • применяется, когда исследуемые параметры продукции не имеют количественной оценки 	<ul style="list-style-type: none"> • субъективизм специалистов
Метод 11111-55555	<ul style="list-style-type: none"> • оцениваются не только статичные факторы, но и динамичные (качество управления процессами) 	<ul style="list-style-type: none"> • основан на методе экспертных оценок; • полученные результаты субъективны; • результирующая оценка выражается абсолютным числом; • не предполагается расчет относительного показателя

И с т о ч н и к: собственная разработка.

Рассмотренные выше методы оценки конкурентоспособности продукции имеют свои достоинства и недостатки. При этом универсального метода не существует, а некоторые из них частично либо полностью включают в себя другие способы оценки [2].

В современной экономике существует большое количество методов оценки конкурентоспособности предприятия, но до сих пор универсального не существует. К наиболее распространенным относятся:

Методы определения конкурентоспособности предприятия на основе оценки конкурентоспособности его продукции (продуктовые методы). Данные методы базируются на суждении о том, что оценка конкурентоспособности предприятия может быть осуществлена через анализ и оценку основных факторов конкурентоспособности его продукции.

Матричные методы оценки конкурентоспособности предприятия. Оценка конкурентоспособности предприятия матричными методами основана на выявлении внешних (внутренних) факторов конкурентоспособности хозяйствующего субъекта и определении сегмента рынка, на котором предприятие имеет или стремится получить конкурентные преимущества.

Методы оценки конкурентоспособности предприятия, основанные на теории эффективной конкуренции (операционные методы). Согласно данным методам наиболее конкурентоспособными являются те предприятия, где эффективно организована работа отдельных подразделений и служб. Методы оценки конкурентоспособности предприятия, основанные на теории эффективной конкуренции, позволяют комплексно проанализировать деятельность предприятия и выработать управленческие и стратегические решения по улучшению его деятельности. К недостаткам данной группы методов следует отнести множество оценочных параметров, что существенно усложняет процедуру сбора, анализа, оценки данных и ограничивает практическую применимость рассмотренного метода [3].

Комплексные методы. Оценка конкурентоспособности предприятия комплексными методами основана на выявлении текущей и потенциальной конкурентоспособности хозяйствующего субъекта. При этом в зависимости от метода оценка и соотношение данных конкурентоспособностей в рамках интегрального показателя конкурентоспособности предприятия могут варьироваться. В ряде случаев текущая конкурентоспособность предприятия определяется по аналогии с методами, основанными на оценке конкурентоспособности продукции хозяйствующего субъекта, потенциальная — по аналогии с методами, основанными на теории эффективной конкуренции.

К достоинствам комплексных методов следует отнести возможность учета не только достигнутого уровня конкурентоспособности предприятия, но и его возможной динамики в будущем. Однако при определении текущей и потенциальной конкурентоспособности хозяйствующего субъекта применяются способы и приемы рассмотренных ранее методов, что обуславливает наличие и соответствующих недостатков.

Динамический метод оценки конкурентоспособности предприятия. Данный метод оценки конкурентоспособности предполагает анализ основных показателей деятельности предприятия в динамике. В качестве ключевых показателей рассматриваются: операционная эффективность (рентабельность хозяйственной деятельности), стратегическое позиционирова-

ние (динамика доли рынка), а также финансовая устойчивость (ликвидность) [4].

Поскольку единого метода оценки не существует, для получения более точной и детальной информации необходимо использовать динамический, продуктовый метод и SWOT-анализ в совокупности. В свою очередь проведение оценки конкурентоспособности позволит:

- определить позицию на рынке по отношению к выбранным конкурентам, а также сильные и слабые стороны предприятия;
- разработать мероприятия, направленные на повышение конкурентоспособности организации;
- составить программу с целью расширения рынка и освоения новых;
- успешно вести инвестиционную деятельность.

Повышение конкурентоспособности продукции за счет внедрения инновационных технологических методов производства является главным фактором повышения конкурентоспособности предприятия на рынке. Однако каждая новая информационная технология приводит к возникновению проблем защиты и безопасности предприятия. В настоящее время наблюдается резкий рост кибератак, которые имеют широкое распространение и приобретают глобальный характер. Отказ от внедрения инновационных технологий уже невозможен и в будущем уровень цифровизации будет только расти. В то же время в контексте цифровой трансформации нельзя забывать о сопровождающих этот процесс киберугрозах. Так как согласно концепции Интернета-вещей все данные об эксплуатации изделий будут заноситься в сеть интернет, в так называемые «облачные» системы, то обеспечение кибербезопасности становится все более актуальным [5].

Чтобы обеспечить кибербезопасность, предприятие должно уделять особое внимание вопросам информационной безопасности в выпускаемой продукции, предъявляя повышенные требования к надежности и защищенности предлагаемых решений.

Источники

1. *Рокотянская, В. В.* Особенности конкурентоспособности продукции промышленных предприятий [Электронный ресурс] / В. В. Рокотянская, А. Н. Герасимов // Статистика и Экономика. — 2015. — № 2. — С. 118–123. — Режим доступа: <http://statecon.rea.ru/jour/article/view/991/967>. — Дата доступа: 26.03.2019.

2. *Смольская, Н. А.* Обеспечение конкурентоспособности продукции на предприятиях Республики Беларусь: проблемы и пути их решения [Электронный ресурс] / Н. А. Смольская, О. А. Фалей // Белорусский национальный технический университет. — Режим доступа: www.bntu.by/news/67-conference-mido/3191-2015-11-22-11-00-27.html. — Дата доступа: 26.03.2019.

3. *Мухина, Е. Р.* Исследование методов оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта [Электронный ресурс] / Е. Р. Мухина // Междунар. науч.-исслед. журн. — 2015. — Ч. 3, № 2 (33). — С. 58–59. — Режим доступа: <https://research-journal.org/economical/issledovanie-metodov-ocenki-konkurentosposobnosti-hozyajstvuyushhego-subekta/>. — Дата доступа: 12.03.2019.

4. *Воронов, Д. С.* Динамический подход к оценке конкурентоспособности предприятий / Д. С. Воронов // Конкурентоспособность социально-экономических систем : монография / под науч. ред. А. И. Татаркина и В. В. Криворотова. — М. : Экономика, 2014. — 466 с.

5. *Алексеев, И. В.* Цифровая экономика: особенности и тенденции развития электронного взаимодействия / И. В. Алексеев // Актуальные направления научных исследований: от теории к практике : материалы X Междунар. науч.-практ. конф., Чебоксары, 18 дек. 2016 г. : в 2 т. / редкол.: О. Н. Широков [и др.]. — Чебоксары : Интерактив плюс, 2016. — Т. 2. — С. 42–45.

*СНИЛ «Исследовательский центр имени Саймона Кузнеца»
В. В. Лебедева, А. Н. Точко*

Научный руководитель — кандидат экономических наук Т. В. Буховец

ИНВЕСТИЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В работе проанализирована инвестиционная активность субъектов малого среднего предпринимательства в Республике Беларусь с использованием ряда статистических показателей, на основании чего были сделаны выводы о существующих проблемах в данной сфере и предложен комплекс мер по стимулированию инвестиционной деятельности малых и средних предприятий в стране.

Предпринимательство играет важную роль в социально-экономическом развитии страны, способствуя формированию конкурентной среды, росту производства потребительских товаров, расширению сферы услуг, созданию новых рабочих мест и в целом повышению уровня жизни. Развитие индивидуального, малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь является одним из важнейших национальных приоритетов. Однако для наращивания предпринимательского потенциала необходимы различного рода ресурсы, здесь прежде всего речь идет о капитальных вложениях. Поиск необходимых средств для создания и развития бизнеса становится главной задачей для руководителя фирмы, при этом значительную долю занимают затраты, направляемые на приобретение, воспроизводство и создание новых основных средств, т.е. инвестиции в основной капитал. В соответствии с этим анализ динамики и структуры инвестиций в основной капитал является неотъемлемой частью оценки предпринимательской активности в той или иной стране.

Показатель удельного веса МСП в инвестициях в основной капитал в 2017 г. достиг своего минимального значения (рис. 1). Одной из причин такого спада послужила осторожность субъектов МСП в плане инвестирова-