

- развивать бизнес-инкубаторы для поддержки женского малого и среднего бизнеса;
- стимулировать инвестиции в женские проекты;
- содействовать повышению социального имиджа женщины-предпринимательницы и социального предпринимательства в целом;
- информировать о возможностях развития женского предпринимательства;
- обеспечивать сбор статистических данных, касающихся женщин-предпринимательниц, исследовать вклад женщин в экономическое развитие страны.

Источники

1. Министерство экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://economy.gov.by/>. — Дата доступа: 10.03.2024.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 10.03.2024.

СНИЛ Инноватика
В. В. Козырицкий, В. В. Мурашко
Научный руководитель — магистр экономических наук О. Г. Довыдова
БГЭУ (Минск)

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ КАК ДРАЙВЕР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «КАЛИНА»)

Актуальность данной темы не вызывает сомнения, так как в связи с широким ассортиментом продукции на рынке чайных изделий существует необходимость повышать конкурентоспособность выпускаемой продукции для сохранения стабильного положения на рынке. В работе была проведена оценка конкурентоспособности продукции ООО «Калина», специализирующегося на производстве лекарственных трав, фиточаев, а также биологически активных добавок, и обоснованы направления ее повышения.

Была проведена экспертная оценка продукции четырех основных конкурентов на отечественном рынке кондитерской продукции: ООО «НПК Биотест», ООО «Витро-Лайф», ООО Белтея УП «КАПСИФАРМ». В работе была дополнительно проведена оценка снижения себестоимости продукции. Можно сделать вывод о высоком влиянии интеллектуальной собственности на конкурентоспособность. Продукция является конкурентоспособной на отечественном рынке, в том числе из-за малого количества прямых конкурентов, однако имеет более низкую цену продукции в сравнении с ними.

По результатам проведенного исследования в качестве основных направлений повышения конкурентоспособности продукции ООО «Калина» были выбраны: разработка новых линеек чаев; создание и совершенствование технологий пищевой продукции массового, функционального и лечебно-профилактического назначения; новые технологии в обработке сырья.

Также одной из целей этих мероприятий являлось снижение себестоимости. После внедрения инновационных способов обработки сырья, а также улучшения узнаваемости организации после расширения номенклатуры и улучшения товарного знака себестоимость продукции увеличилась, но прибыль от реализации единицы продукции увеличилась за счет приведенных выше мероприятий.

Также была выведена следующая динамика расходов после принятия мер:

- уменьшение транспортно-заготовительных расходов;
- увеличение затрат на услуги сторонних организаций, связанное с увеличением интенсивности сотрудничества с научными учреждениями;
- уменьшение затрат на топливо и энергию, технологических, общепроизводственных расходов и увеличение отчислений на амортизацию;
- увеличение затрат на разработку, внедрение на рынок новых товарных знаков и увеличение расходов на рекламу привело к увеличению коммерческих расходов.

В краткосрочном периоде рентабельность снизится в связи с проведением инвестиционных мероприятий по повышению конкурентоспособности, что приведет к снижению объема свободных денежных средств. Однако в долгосрочном периоде будет наблюдаться повышение рентабельности реализации продукции.

Источники

1. ООО «Калина» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.oookalina.by>. — Дата доступа: 10.04.2024.

*СНИЛ «Инноватика»
И. В. Кобринец, В. О. Макаревич
Научный руководитель — магистр экономических наук О. Г. Довыдова
БГЭУ (Минск)*

ВНЕДРЕНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ «ИНДУСТРИИ 4.0» И ДАЛЬНЕЙШИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ «ИНДУСТРИИ 5.0»

В современную эпоху цифровизации предприятиям, чтобы оставаться конкурентоспособными, необходимо использовать в своей деятельности передовые