

- активного внедрения на новые рынки;
  - развития сборочных производств;
- 2) повышение степени удовлетворенности потребителей за счет:
- непрерывного повышения качества продукции;
  - учета всех требований и пожеланий потребителей по комплектации тракторов («работа под заказ»);
  - развития сети сервисного обслуживания и повышения эффективности ее функционирования;
  - обеспечения постоянной обратной связи «потребитель → производитель»;
- 3) обеспечение долгосрочного успеха и стабильности предприятия за счет:
- постоянного исследования рынков и факторов, влияющих на их изменение;
  - оперативного внесения изменений в маркетинговую стратегию предприятия;
  - поддержания на высоком уровне имиджа предприятия и марки «Беларус»;
  - достижения передового уровня квалификации персонала, ответственного за сбыт и обслуживание продукции.

Таким образом, основной целью внешнеэкономической деятельности на ближайший период должно быть сохранение традиционных устоявшихся связей с потребителями своей продукции, восстановление потерянных по разным причинам связей и поиск новых потребителей при одновременном повышении качества товаров, их свойств, расширения сервисных услуг.

*О.Р. Левшицкая*

*УО «Витебский государственный технологический университет»  
(Республика Беларусь, Витебск)*

## **ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ОБУВИ**

Развитие экспортных возможностей белорусских организаций в современных условиях хозяйствования является одним из приоритетных направлений их деятельности, поскольку именно производство высококонкурентной продукции и ее реализация на экспорт позволяют оте-

чественным товаропроизводителям выйти на качественно новый уровень функционирования и повысить эффективность своей деятельности. Особое значение приобретает развитие экспортного потенциала отечественных производителей.

Несмотря на наличие определенного теоретического базиса в исследуемом вопросе, можно констатировать недостаточность системных научных работ в области формирования и исследования экспортного потенциала промышленной организации. Проведенные на сегодняшний день исследования экспортного потенциала носят фрагментарный характер. На микроуровне они осуществляются в разрезе отдельных направлений исследования экспорта, как правило, изолированно от внешних факторов. Указанные обстоятельства не позволяют системно исследовать экспортный потенциал промышленных организаций, выявить его приоритетные направления и оценить эффективность.

Исходя из структуры экспортного потенциала, целесообразно оценивать внутреннюю и внешнюю эффективность использования экспортного потенциала промышленной организации. Внутренний экспортный потенциал определяется совокупностью ресурсов, необходимых для производства продукции на экспорт, а также эффективным их использованием, что и будет определять конкурентные преимущества выпускаемой продукции. Внутренняя эффективность определяется структурой экспортного потенциала, включающей: ресурсный потенциал, рыночный потенциал, финансовый потенциал.

Для оценки ресурсного потенциала предлагается использовать частные показатели, отражающие эффективность использования средств производства и живого труда: коэффициент использования среднегодовой производственной мощности; количество работников, выполняющих функции, связанные с экспортной деятельностью. Рыночный потенциал организации отражает качество, конкурентоспособность выпускаемой продукции, соответствие международным стандартам, уровень инновационности продукции. Но применение показателя «доля инновационной продукции» целесообразно в тех случаях, когда производство тесно связано с технологическими инновациями (новые методы производства, инновационные материалы и производственные процессы). Производство обуви является достаточно стабильным и статичным в плане инноваций, так как использование принципиально новых материалов, технологий изготовления, конструкционных решений –

достаточно редкое явление в обувной промышленности. В этом случае к инновационной продукции относят продукцию, соответствующую последним тенденциям моды, с новыми дизайнерскими решениями, оформлением, что не совсем соответствует самому определению инновации. Исходя из этого, рыночный потенциал наилучшим образом характеризуется показателем конкурентоспособности продукции.

Маркетинговая составляющая рыночного потенциала организации характеризуется расходами, связанными с реализацией продукции на внешнем рынке. Эти расходы включают: затраты на транспортировку, упаковку, рекламу и проведение мероприятий стимулирующего характера. Таким образом, частные показатели, характеризующие рыночный потенциал организации по производству обуви: доля экспорта в общем объеме производства продукции; доля продукции, поставляемой в страны дальнего зарубежья; доля продукции, сертифицированной на соответствие международным стандартам или продукции со знаком соответствия требованиям таможенного союза; относительная конкурентоспособность обуви, доля расходов на реализацию на внешних рынках в общих расходах на реализацию.

Финансовый потенциал, как составная часть экспортного потенциала, отражает эффективность экспортной деятельности и ее влияние на основные финансовые результаты деятельности организации. К частным показателям, характеризующим финансовый потенциал организации относятся: рентабельность продукции, реализованной на экспорт; доля прибыли от реализации экспорта в общем объеме прибыли от реализации организации-экспортера; рентабельность продаж на внешнем рынке; темп роста экспорта.

Внешний экспортный потенциал организации определяется факторами внешней рыночной среды и отражает эффективность экспортной деятельности с позиции государства (региона). Для оценки внешнего экспортного потенциала организации предлагается использовать показатели, характеризующие макросреду функционирования организации: показатель значимости экспорта обуви для экономики страны; показатель экспортной специализации; показатель рыночной доли на внешнем рынке, дополнив показателем «коэффициент покрытия экспортом импорта», который показывает, сколько рублей экспорта приходится на 1 рубль импорта, т.е. отражает вклад организации в пополнение золотовалютных резервов страны. В современных экономических условиях данный показатель в

наибольшей степени характеризует внешнюю эффективность экспортной деятельности.

Относительные оценки предложенных частных показателей экспортного потенциала переводятся в балльные оценки на основе специальных оценочных шкал, что позволит рассчитать обобщающие и интегральный показатели. Однозначный вывод об эффективности экспортного потенциала организации с учетом факторов внутренней и внешней среды можно получить, рассчитав обобщающие показатели внутреннего и внешнего экспортного потенциала, а также интегральный показатель.

*О.П. Минов*

*УО ФПБ «Международный университет «МИТСО»,  
Гомельский филиал  
(Республика Беларусь, Гомель)*

## **БИЗНЕС-ИНКУБАТОРЫ КАК ИННОВАЦИОННАЯ ФОРМА ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Несмотря на то, что правительство заявляет, что развитие малого и среднего бизнеса не является для него самоцелью, в тоже время отмечается тот факт, что предприниматели наиболее мобильная часть экономики, которая может быстро меняться, приспосабливаться к требованиям рынка, отвечать запросам населения, именно здесь можно быстрее получить результат.

Закон Республики Беларусь «О поддержке малого и среднего предпринимательства» от 1 июля 2010 г. № 148-З и Указ Президента Республики Беларусь от 21 мая 2009 г. № 255 «О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства» содержит сведения о субъектах инфраструктуры поддержки малого и среднего бизнеса. К основным субъектам поддержки малого и среднего бизнеса относятся центры поддержки предпринимательства и инкубаторы малого предпринимательства.

Так, согласно статье 20 Закона Республики Беларусь № 148-З инкубатором является юридическое лицо, имеющее на праве собственности, хозяйственного ведения, оперативного управления или на ином законном основании специально оборудованные под офисы и производство товаров (выполнение работ, оказание услуг) помещения и находящееся в них имущество и предоставляющее их в соответствии с