

Таким образом, развитие сети объектов питания социального типа способствует решению важной социально-экономической задачи, направленной на подъем материального и культурного уровня жизни населения на основе увеличения эффективности восполнения энергетических затрат и укрепления здоровья.

В действительности, так или иначе, самим организациям и предприятиям решать, каким образом будет организовано питание работников. На принятие решения по данному вопросу будут влиять такие факторы, как:

-финансовые возможности предприятия для покрытия затрат объекта питания (как правило социально-ориентированные объекты применяют низкую наценку, которая не позволяет обеспечивать получение целевой прибыли) или для возможности обеспечения удовлетворения питания для работников;

-возможности объекта питания осуществления деятельности в различных сегментах рынка (как организация питания работников предприятия, так и работа в качестве объекта общедоступной сети с предоставлением широкого спектра услуг и т.п.).

Отправной точкой принятия решения должен стать компромиссный вариант заинтересованных лиц, позволяющий реализовать интересы коммерческих организаций (производственной и объекта питания).

### **Источники литературы**

1. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2016 // Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Минск, 2016. – Дата доступа: 29.11.2016.

2. Структура товарооборота общественного питания по типам объектов общественного питания в 2015 году // Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/vnytrennia-torgovlya/obshchestvennoe-pitanie/graficheskiy-material-grafiki-diagrammy/struktura-tovarooborota-obshchestvennogo-pitaniya-po-tipam-obektov-obshchestvennogo-pitaniya-v-2015-/-> Дата доступа: 29.11.2016г.

*Правило Кирилл Юрьевич*

*Минский инновационный университет*

### **Выбор модели повышения конкурентоспособности предприятия**

Цель исследования: Выбор модели повышения конкурентоспособности предприятий Республики Беларусь

Повышение конкурентоспособности предприятий является для современной Республики Беларусь одной из главнейших проблем, решение которой играет ключевую роль в достижении устойчивого роста экономики, обеспечении экономической, технологической безопасности страны.

Как показывает практика, многие белорусские предприятия не готовы к ведению конкурентной борьбы на рынке, выявлению и завоеванию конкурентных преимуществ. Основными причинами создавшейся ситуации являются недостаточная проработанность теоретических и методологических основ построения систем обеспечения конкурентоспособности, отсутствие у предприятий эффективных управленческих механизмов реагирования на изменения внешней и внутренней среды и, безусловно, недостатке их институционального обеспечения. Все это свидетельствует о целесообразности как с научной, так и с практической точек зрения, развития теории и методологии оценки конкурентоспособности предприятия, разработки теоретико-методологических основ построения систем обеспечения ее повышения на основе соответствующих методов и механизмов.

Возможности предприятия в сфере обеспечения конкурентоспособности его товаров зависят от внутренних и внешних факторов. В рыночной экономике во внешней среде

постоянно происходят изменения. Для управления конкурентоспособности товаров необходимо уметь предвидеть как потенциальные помехи (угрозы), так и открывающиеся перспективы (возможности), нужно знать сильные и слабые стороны предприятия.

Потенциальными угрозами предприятия являются: появление новых конкурентов; рост продаж товаров-заменителей; усиление давления со стороны покупателей и поставщиков; изменение потребностей и вкусов покупателей; неблагоприятная внешняя и внутренняя политика [1, с. 84].

Однако можно знать об угрозах все, но не иметь возможности противодействовать им, можно располагать информацией об открывающихся возможностях, но не обладать потенциалом для их реализации. Главными условиями разрешения этих проблем являются использование научных подходов к управлению конкурентоспособностью, наличие квалифицированного персонала и необходимых финансовых средств.

Анализ показал, что, во-первых, вектор развития теории конкурентных преимуществ направлен в сторону увеличения интеллектуальной компоненты. Во-вторых, с некоторой долей условности можно предположить, что генезис конкурентных преимуществ связан с фазами жизненного цикла экономики и, следовательно, последний глобальный экономический кризис отражает переход экономических систем в стадию спада, преодоление которой требует инноваций. В-третьих, очевиден динамический характер конкурентоспособности, что формирует определенные требования к методу ее оценки, поскольку означает, что одна и та же компания в каждый момент времени может иметь набор конкурентных преимуществ, полученных «вчера», имеющих «сегодня» и обеспечивающих успех на рынке «завтра», либо только одну из составляющих этого набора.

В развитие рассматриваемых требований к выбору методов оценки конкурентоспособности в исследовании классифицированы подходы к решению этой задачи по восьми предложенным признакам (рисунок 1).

Признак	Виды подходов к оценке				
1. Использование в оценке показателя конкурентоспособности товара (КСПТ)	КСПТ определяет конкурентоспособность предприятия		КСПТ – часть оценки конкурентоспособности предприятия		Отсутствие прямой оценки КСПТ в оценке конкурентоспособности предприятия
2. Тип используемого показателя	Частный (единичный, дифференциальный)		Комплексный		
3. Характер используемого показателя			Абсолютный	Относительный	
4. Используемый подход к оценке	С точки зрения эффективности использования ресурсов	С точки зрения финансовых результатов	С точки зрения эффективности деятельности	С точки зрения достижения генеральной цели бизнеса	Смешанный
5. Тип используемой модели оценки	Исключительно финансовая	Исключительно экономическая		Исключительно рыночная	Смешанная
6. Характер используемой модели оценки	Статическая			Динамическая	
7. Форма представления результата оценки	Графическая	Матричная		Формализованная	
8. Степень объективности оценки	Объективная			Субъективная	

Рисунок 1 –Классификация подходов к оценке конкурентоспособности предприятия

Примечание – Источник: [2, с. 76].

На современном этапе основой механизма повышения конкурентоспособности предприятий и товаров является инновационная модель развития экономики. Эта модель представляет собой многофункциональную и комплексную систему взаимодействия управления инновационно-инвестиционной деятельностью, постоянной адаптацией предприятия к внешней среде и повышением эффективности использования материальных, трудовых, интеллектуальных и финансовых ресурсов.

На рисунке 2 представлен организационно-экономический механизм обеспечения конкурентоспособности предприятия на основе инновационной модели развития.



Рисунок 2 – Организационно-экономический механизм обеспечения конкурентоспособности предприятий и товаров

Этот механизм включает инновационное управление предприятием на микроуровне, рыночный компонент его функционирования, новые формы и методы государственного регулирования процессов повышения конкурентоспособности на макро-, мезо- и микроуровне, которые в совокупности определяют результаты деятельности предприятий и уровень удовлетворенности потребителей в конкурентоспособных товарах и услугах [4, с.123].

Рассмотрим каждый из компонентов организационно-экономического механизма более подробно.

Первый компонент механизма – инновационное управление повышением уровня конкурентоспособности предприятия и товаров на микроуровне. Научно-обоснованное управление конкурентоспособностью предприятия и товаров на микроуровне базируется на соблюдении следующей системы принципов:

- учет механизмов действия экономических законов рыночных отношений (законов спроса и предложения, конкуренции, эффекта масштаба и др.);
- учет механизмов действия законов функционирования предприятия и производственных процессов (законов пропорциональности, синергии и т.д.);
- соблюдение требований совокупности научных подходов к управлению конкурентоспособностью (системного, комплексного, инновационного, маркетингового,

функционального, структурного);

- ориентация на конкретные рынки и потребности;
- применение современных информационных технологий для системной и комплексной автоматизации управления;
- применение инновационных методов анализа, прогнозирования и оптимизации (системного анализа, функционально-стоимостного анализа и др.);
- ориентация на современные количественные методы оценки, контроля и оперативного управления конкурентоспособностью;
- применение в системе инновационного управления конкурентоспособностью стратегического маркетинга, устанавливающего обратную связь потребителей и внешней среды с производителями товаров;
- преимущественное использование при многофакторной оценке конкурентоспособности предприятия или товаров [2, с. 95].

Инновационное управление конкурентоспособностью товаров на уровне производителя направлено на решение следующих задач:

- повышение качества продукции и уровня послепродажного обслуживания;
- снижение эксплуатационных затрат у потребителя;
- снижение себестоимости и, соответственно, цены продажи товара;
- проведение целевых маркетинговых исследований и эффективное использование мер маркетинга при сбыте продукции с учетом ее сервисного обслуживания.

Второй компонент механизма – рыночное саморегулирование конкурентоспособности предприятий и товаров, которое направлено на постоянное поддержание конкурентоспособности товаров на основе действия законов рынка, факторов, оказывающих влияние на конкурентоспособность товара. К числу ценовых факторов относятся:

- изменение типа конкуренции на рынке товаров;
- появление новой ниши рынка товаров или перегруппировка уже существующих его сегментов;
- изменение действий существующих конкурентов по продвижению товаров-конкурентов;
- появление на рынке товаров новых конкурентов и товаров;
- изменение емкости рынка товаров и размеров его потенциала;
- изменение потребностей и свойств потребителей.

Третий компонент механизма – инновационные формы и методы государственного регулирования конкурентоспособности предприятий и товаров – представляет собой деятельность государства, направленную на создание условий для повышения конкурентоспособности предприятий страны и производимых отечественных товаров.

Направления инновационного государственного регулирования конкурентоспособности предприятий и товаров вытекают из принятой модели социально-экономического развития страны и осуществления курса на инновационное развитие.

Четвертый компонент механизма – регулирование конкурентоспособности предприятий и товаров на мезоуровне отличается от регулирования на макроуровне не формами и методами, а масштабами регулирования. На мезоуровне оно осуществляется в рамках отдельно взятого региона или отрасли, исходя из его (или ее) особенностей. Мезофакторами конкурентоспособности выступают факторы, характеризующие особенности развития региона или отрасли.

Пятый компонент механизма – регулирование конкурентоспособности страны основывается на международной конкуренции и сотрудничестве стран, направленном на поддержание и повышение конкурентоспособности отечественных предприятий и их товаров. Основными факторами является глобализация мировой экономики, ведущая к ужесточению конкуренции как на мировом, так и на внутринациональных рынках, требующая от государств усиления в направлении открытости их экономик [4, с. 190-191].

По результатам разработанной модели основными направлениями повышения

конкурентоспособности белорусских предприятий и товаров являются:

- развитие инновационно-инвестиционной деятельности предприятиях, производящих наукоемкие товары;
- адаптация предприятий к внешней среде;
- использование инновационных подходов для повышения эффективности использования трудовых, материальных, интеллектуальных и финансовых ресурсов, обучающихся конкурентные преимущества предприятия;
- разработка и периодическое обновление предприятиями конкурентных стратегий;
- формирование спроса на товары и потребностей населения, которые предприятие может удовлетворить;
- повышение научно-технического и организационно-технологического уровня отраслей, обеспечивающих предприятие необходимыми материальными ресурсами и информацией;
- совершенствование государственного регулирования и правовое обеспечение процессов повышения конкурентоспособности белорусских предприятий и товаров.

**Вывод:** инновационный подход к формированию и реализации механизма обеспечения конкурентоспособности предприятий является основой для решения многих проблем социально-экономического развития предприятий, страны и повышения уровня жизни ее населения.

#### **Источники литературы**

1. Ахматова, М., Попов, Е. Теоретические модели конкурентоспособности: Курс лекций / Е. Попов, М. Ахматова. – М.: ИНФРА-М., 2008. – 366 с.
2. Турусин, Ю. Д. Стратегический менеджмент: Учеб. Пособие / Ю.Д. Турусин, С.Ю. Ляпина, Н.Г. Шаламова. – М: ИНФРА-М, 2008. – 301 с.
3. Маркетинг: учебн. пособие /Т. В. Алесинская, Л. Н. Дейнека, А. Н. Проклин, Л. В. Фоменко и др.; под общей ред. В.Е. Ланкина. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2006. – 241 с.
4. Алексенко, В.В. Инновационные стратегии компаний как фактор национальной конкурентоспособности / В.В. Алексенко. – М.: Научная книга, 2006. – 136 с.

*Руденок Кристина Валерьевна*

*Белорусский государственный экономический университет*

#### **Методический подход к оценке инновационного потенциала предприятия**

В настоящее время, в условиях динамично меняющейся внешней среды, доминирующим фактором повышения конкурентоспособности любой хозяйственной системы выступают инновации. Сегодня уже невозможно представить успешное предприятие, выпускающее конкурентоспособный продукт или услугу, не уделяющее должного внимания инновационной составляющей своей деятельности. Поэтому, каждое предприятие, стремящееся к лидирующим позициям на рынке, должно постоянно оценивать и развивать свой инновационный потенциал.

В настоящее время существует значительное количество публикаций, посвященных определению сущности инновационного потенциала и методикам его оценки. Однако представленная информация зачастую носит отрывочный и противоречивый характер и не имеет однозначного трактования. Сложность определения инновационного потенциала обусловлена различным пониманием данного термина учеными и отсутствием комплексных методических исследований в этой области.

Попытку определить сущностную характеристику понятия «инновационный потенциал» предпринимали зарубежные и отечественные авторы: Й.Шумпетер, У.Е.Саудер, А.С.Нашар, М.М.Данько, А.И.Николаев, В.А. Калашников, Д.И.Кукурин. В определениях этих и других авторов, как правило, раскрывается одна или несколько сущностных