

вышеперечисленные меры могут оказаться недостаточными, поэтому вопрос об их эффективности остается открытым.

Источники

1. О поддержке экономики [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 24 апр. 2020 г., № 143 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2020.

2. О начислении амортизации основных средств и нематериальных активов в 2020 году [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 15 апр. 2020 г., № 229 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2020.

3. Фридкин, Л. Место амортизации — опять в рукаве [Электронный ресурс] / Л. Фридкин // Экономическая газета. — Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/mesto-amortizacii---opyat-v-rukaveC>. — Дата доступа: 01.10.2020.

<http://edoc.bseu.by/>

СНИЛ «Иноватика»

А. А. Романюк, В. Ю. Стасевич, Н. В. Стома, Д. Ю. Крукович

Научный руководитель — магистр экономических наук О. Г. Довыдова

ОБОСНОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ

В работе раскрывается сущность понятия конкурентоспособность продукции, рассматриваются отдельные расчетные и графические методы оценки, исследуются основные направления повышения конкурентоспособности продукции белорусских промышленных предприятий за счет инновационной деятельности в условиях цифровой трансформации экономики. Несомненным преимуществом данной статьи является критический сравнительный анализ основных методов оценки конкурентоспособности продукции и определение их преимуществ и недостатков.

Цифровая экономика меняет привычные модели отраслевых рынков, повышает конкурентоспособность участников рынков. На современном этапе институциональная структура трансформационного общества имеет свои особенности и требует формирования цифровой экономики, что, в свою очередь, обуславливает необходимость цифровизации предпринимательских структур. Таким образом, владение цифровыми активами дает предпринимательским структурам дополнительное конкурентное преимущество и уровень конкурентоспособности компаний будет определяться уровнем их цифровизации.

Как показывает практика между конкурентоспособностью и инновациями существует 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.

Тема инновационного развития белорусских предприятий, а также повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции и предприятия в целом в условиях цифровой трансформации экономики является достаточно актуальной.

Конкурентоспособность в цифровой экономике представляет собой динамическую способность предприятия осуществлять успешную хозяйственную деятельность на рынке в конкурентной среде, грамотно используя свой интеллектуальный и кадровый потенциал для обработки и использования информации и знаний в своей деятельности в условиях асимметрии информации [1].

Конкуренция способствует росту цифровых технологий, что делает их основными инструментами в борьбе за потребителя. При этом использование набора методов цифровой экономики зависит от специфики товара: почти 30 % товаров предварительного выбора (особенно электронная техника) продается через интернет, для товаров повседневного спроса такой показатель едва достигает 1 %.

В данный момент 90 % не цифровых предприятий столкнулись с ростом конкуренции с цифровыми, фактически 87 % предприятий включают digital трансформацию в стратегии развития, 40 % предприятий-лидеров в течение 5 лет будут вытеснены, если не подвергнутся цифровой трансформации и не переориентируют свои управленческие модели на новые ценности и ориентиры [2].

Инновации — один из факторов повышения конкурентоспособности, а именно конечный результат инновационной деятельности, проявляющийся при реализации усовершенствованного или нового продукта (услуги) на фундаментальном уровне, который получает применение в дальнейшей практической деятельности [3].

С помощью инноваций организации могут создавать конкурентоспособные товары или услуги, тем самым повышая уровень своей конкурентоспособности. Одна из главных задач управления любого предприятия — среди множества возможных инноваций, выделить нужные, проанализировать возможность их внедрения, степень новизны и их полезность.

Повышение конкурентоспособности продукции в условиях цифровой трансформации экономики играет значительную роль для предприятия. За счет примененных новых технологий в производстве, улучшается качество продукции, снижаются издержки на ее производство и обслуживание, тем самым продукция становится более конкурентоспособной и более привлекательной для потребителя. Предприятие завоевывает большую долю рынка. Исходя из проведенных мероприятий, предприятие успешнее функционирует и получает больше прибыли (продажи увеличились, издержки относительно снизились). Так как предприятие постоянно адаптируется

к новым условиям, прикладывает усилия и средства для улучшения своего положения на рынке, оно становится инвестиционно привлекательным для внутренних и внешних инвесторов.



Рис. 1. Значение внедрения инноваций

Источники: собственная разработка.

Также благодаря тому, что предприятия развиваются, они становятся более привлекательны и для квалифицированных специалистов, что позволит избежать утечки кадров за рубеж в виду низкой технологической развитости предприятий.

Мероприятия по внедрению технологий полностью оправданы и определенно стоят вложений, хоть и больших. Благодаря цифровой трансформации производственная система выходит на иной, более высокотехнологичный уровень производства и высокий уровень управляемости и функционирования, меняя при этом прежнюю систему на более гибкую [4].

Не существует и единого общепринятого метода оценки конкурентоспособности продукции и предприятия. Применение различных методов оценки конкурентоспособности может привести к разным конечным результатам. Именно поэтому целесообразно проанализировать методы оценки конкурентоспособности и выявить достоинства и недостатки каждого из них. Систематизация основных методов оценки конкурентоспособности продукции приведена в таблице.

Сравнительная характеристика методов оценки конкурентоспособности продукции и предприятия

Метод	Достоинства	Недостатки
1	2	3
Метод расчета интегрального показателя конкурентоспособности	Наиболее точный метод. Включает в себя дифференциальный и комплексные методы. Учитывает влияние комбинации составляющих факторов на резульативное значение конкурентоспособности	Необходимы исходные данные, которые не всегда можно получить. Трудоемкий метод

1	2	3
Дифференциальный	Простой метод. Используются единичные показатели конкурентоспособности	В ходе расчета не учитывается значимость единичных показателей
Комплексный	Учитывается значимость показателя. Расчет групповых показателей по потребительским, экономическим и неценовым показателям	Полученные значения групповых показателей показывают (недостатки) изделия не в целом, а лишь по отдельным характеристикам
Экспертный метод оценки в баллах	Можно применять, когда оцениваемые показатели не имеют количественной оценки. Прост в использовании. Не требует сбора информации о конкурентах	Результаты субъективны и зависят от опыта и квалификации экспертов
11111-55555	Оцениваются не только статические факторы, но и динамические	Субъективность результатов. Результат — абсолютное число. Не предполагает расчета относительного показателя. Основан на методе экспертных оценок
Мультиатрибутивный	Оценивается значимость продукта для потребителя. Можно определить, какие характеристики наиболее важны для потребителя	Субъективность результатов. Не предполагает расчета относительного показателя

Источник: собственная разработка.

В современной экономике существует большое количество методов оценки конкурентоспособности предприятия, но до сих пор универсального не существует.

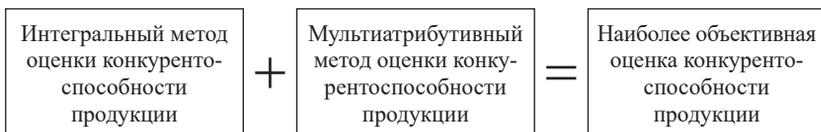


Рис. 2. Оценка конкурентоспособности продукции

Источник: собственная разработка

На рис. 3 обозначены направления, которые повысят конкурентоспособность продукции предприятий Республики Беларусь в условиях цифровой трансформации экономики.



Рис. 3. Направления повышения конкурентоспособности в условиях цифровой трансформации экономики

Источники: собственная разработка

Интеграция цифровых технологий во все аспекты деятельности предприятия становится объективным требованием, которое обеспечивает предприятию выживание и является не столько конкурентным преимуществом, сколько жизненной необходимостью, обязательным требованием участника конкурентной борьбы.

Источники

1. Маркарян, И. Н. Повышение конкурентоспособности предприятий в условиях цифровой трансформации экономики / И. Н. Маркарян // Экономика и управление: современные тенденции : сб. ст. — 2019. — С. 65–69.

2. Digital 2020: ежегодное глобальное исследование от WeAreSocial и Hootsuite [Электронный ресурс] // Exlibris. — Режим доступа: <https://exlibris.ru/news/digital-2020-ezhgodnoe-globalnoe-issledovanie-ot-we-are-social-i-hootsuite/>. — Дата доступа: 09.10.2020.

3. Пфецер, Д. И. Влияние инноваций на конкурентоспособность организаций [Электронный ресурс] / Д. И. Пфецер, Д. В. Лазутина // КиберЛенинка. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-innovatsiy-na-konkurentosposobnost-organizatsiy/viewer>. — Дата доступа: 15.09.2020.

4. Зубрицкая, И. А. Цифровая трансформация промышленных предприятий Республики Беларусь: экономическое содержание, виды и цели / И. А. Зубрицкая // Цифровая трансформация. — 2018. — № 3. — С. 5–13.