



**Рисунок 2 – Основные моменты при с формировании ценовой политики инновационного продукта**

Примечание – Собственная разработка автора.

Становится совершенно очевидно, что в процессе производства и использования новой инновационной продукции ее цена должна обеспечивать конкурентоспособность этой продукции и давать дополнительный экономический эффект как в сфере производства, так и в сфере потребления. Неверная ценовая политика может привести к тому, что, либо цена не будет покрывать расходов производителя по разработке и внедрению товара-новинки на рынок, или невероятно завышенная цена будет отпугивать потенциальных покупателей. Если не учесть экономический фактор на макроуровне, то это не позволит решить задачи рационализации политики ценообразования. Необходимо отметить, что процесс эволюции теории ценообразования в инновационной сфере характеризуется определенными закономерностями и они отличны от закономерностей формирования цен на традиционные товары и услуги.

#### **Список использованных источников**

1. Мозговой А.И. Инновации на предприятии: бизнес-план, ценообразование, оценка эффективности и рисков: учебное пособие. / А.И. Мозговой, Т.В. Кокорева, А.Н. Крылов. – М.: ГУУ, 2015. – 110 с.
2. Глик, П.А., Егорова, М.С. Теоретические основы ценообразования // Молодой ученый. – 2015. – №9. – С. 573–576.
3. Тронина А. И. Экономико-математические подходы к оценке и выбору инновационной стратегии предприятия // Управленческий учет. – Минск, 2018. – №11. – С. 97–106.

## **К ВОПРОСУ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ**

***Н. В. Немогай,***

канд. техн. наук, доцент кафедры экономики и информационных технологий Гомельского филиала Международного университета «МИТСО», г. Гомель

Дальнейшая глобализация и ее последствия в виде ужесточения условий доступа к сырьевым и кредитным ресурсам, инновационным технологиям и соперничество на внешних рынках привели к существенным изменениям взглядов на конкуренцию и конкурентоспособность, или концепцию «конкуренция – конкурентоспособность». Насущные проблемы Республики Беларусь, включая аспекты социальной политики, необходимо решать посредством обеспечения конкурентоспособности ее социально-политических, производственных и технических объектов, объединенных в следующие группы: персонал, продукция, предприятие, отрасль, регион, страна [1].

При современных подходах указанные объекты могут быть отнесены к открытым системам (в соответствии с системным подходом), для них могут быть созданы системы конкурентоспособности, активно разрабатываемые в Российской Федерации. Однако в известных разработках по рассматриваемой проблеме не учитывается мировая ситуация, сложившаяся в результате последствий мирового финансово-экономического кризиса, а

также специфические условия его протекания в Беларуси. При создании системы конкурентоспособности на их основе используется концепция МЭТУКсп: методика – экономика – техника – управление – конкурентоспособность [2].

По мнению автора, с учетом маркетингового подхода, данная концепция должна быть дополнена связью (цепью) «окружение» и иметь следующее содержание: окружение – методика – экономика – техника – управление – конкурентоспособность (ОМЭТУКсп) [3].

В Беларуси следует использовать модифицированную систему конкурентоспособности, которая состоит из двух взаимосвязанных блоков, элементы которых приведены к условиям кризисной и посткризисной отечественной ситуации.

Первый блок – внешнее окружение («вход», «выход», «обратная связь», «связь с внешней средой»). Второй блок является внутренней структурой, представляющей совокупность взаимосвязанных компонентов, обеспечивающих процесс воздействия субъектов правления на объект, и состоящей из подсистем: научного сопровождения, целевой, обеспечивающей, управляемой и управляющей.

Внешнее окружение является началом работы по обеспечению конкурентоспособности управляемых объектов в современных условиях. К компонентам «входа» относится все, что предприятие получает для разработки и реализации стратегии повышения конкурентоспособности: методические документы, финансовые, трудовые, материальные, информационные и другие виды ресурсов. Компонентами «выхода» являются уровни конкурентоспособности объектов, для которых разрабатывается система. К компонентам «обратной связи» относятся дополнительные требования к научно-исследовательским, опытно-конструкторским и технологическим работам (НИОКТР), нормативам конкурентоспособности объекта, рекламации потребителей, новая информация по инновациям. В качестве обратной связи может использоваться оценка конкурентоспособности предприятия. Компоненты «связи с внешней средой» рассматриваются применительно к макросреде (стране), мезосреде (или инфраструктуре региона, города), микросреде (предприятию).

Элементы внутреннего содержания также приведены к условиям кризисной и посткризисной ситуации. Подсистема научного сопровождения предусматривает ориентацию всех видов деятельности на конкурентоспособность и включает инструменты конкурентоспособной экономики (методологические и методические основы, а также научные принципы и методы управления конкурентоспособностью) предприятия. Ее продуктами являются: методологические подходы к повышению конкурентоспособности предприятия; взаимосвязи целей конкурентоспособности предприятия, его конкурентных преимуществ с целью конкурентоспособности и конкурентных преимуществ национальной экономики, регионов, отрасли, товаров (услуг); взаимосвязи и взаимодействия конкурентоспособности предприятия, рынка (внутреннего и внешнего), государства и мировой экономики. Основные элементы концепции «конкуренция – конкурентоспособность» для предприятия предпочтительно рассматривать во времени (по горизонтали) дифференцированно. В частности, конкуренцию целесообразно анализировать как стратегическую (на «входе» предприятия, в нормативах), потенциальную (на «выходе», материализованную), а также реализованную (в достигнутых целях и результатах).

Целевая подсистема определяет целеполагание и стратегические цели, направленные на обеспечение конкурентоспособности предприятия в настоящем и будущем за счет конкурентоспособности продукции (определяемой качеством продукции, ее ценой, качеством сервиса продукции на конкретном рынке, затратами на эксплуатацию продукции, качеством рекламы), производимой предприятием и конкурентным потенциалом (качеством процессов в производстве и качеством управления предприятием), установления средства достижения стратегических и тактических целей. Продукт целевой подсистемы – стратегия повышения конкурентоспособности предприятия, согласо-

ванная с целями социально-экономического развития страны, конкурентоспособности национальной экономики, регионов и отрасли. Разработку целевой подсистемы целесообразно осуществлять на основе предположения, что главными факторами конкурентоспособности продукции промышленного назначения являются качество продукции, ее цена, качество сервиса продукции на конкретном рынке, затраты на эксплуатацию (использование) продукции, качество (эффективность) рекламы (или информационно-рекламной деятельности). В связи с этим главными факторами конкурентоспособности предприятия являются конкурентоспособность продукции (или основных ее видов) и конкурентный потенциал, представляющий собой сочетание организационно-технического уровня производства (качество процессов) и уровня менеджмента (качество управления). В тесной связи с контролем продукции и производственно-экономических показателей в рамках системы конкурентоспособности должна рассматриваться деятельность по осуществлению контроллинга.

Обеспечивающая подсистема системы конкурентоспособности состоит из правового, методического, ресурсного и информационного компонентов. В современных условиях она должна дополняться защитным (охранным) компонентом – осуществляться с использованием CALS-технологий. Продуктами подсистемы являются научно обоснованные ресурсы (информационные, трудовые, основные и оборотные, материальные, нематериальные средства), эффективное использование которых повышает конкурентоспособность товаров предприятия на «выходе» из системы.

Управляемая подсистема включает разработку мероприятий (продуктов) по предприятию и структурным подразделениям, направленных на достижение стратегических и тактических целей повышения конкурентоспособности предприятия на основе расширенного воспроизводства и инвестиционного развития, реализации маркетинговой политики, инновационного, финансового и антикризисного менеджмента, которые в современных условиях должны дополняться ресурсоэнергосберегающим и экологическим компонентами. При детализации управляемой подсистемы целесообразно рассматривать функции стратегического маркетинга в сочетании с функциями стратегической логистики, а функции тактического маркетинга дополнять функциями тактической логистики.

Управляющая подсистема включает задачи, формы, методы и функции внутри-производственного управления конкурентоспособностью предприятия, а также государственного регулирования и создания условий для формирования конкурентных преимуществ предприятия; воспроизводственную, организационную, техническую, технологическую и социальную структуры управления, ориентированные на достижение стратегических и тактических целей; бизнес-планы повышения конкурентоспособности и развития, ее структурных и функциональных компонентов. Продуктами подсистемы являются прогнозы, планы, структуры, результаты анализа, оценки и стимулирование повышения конкурентоспособности предприятия. Принятие решений при государственном регулировании целесообразно проводить путем реализации институциональных методов повышения конкурентоспособности, за счет использования экономико-правового механизма, мероприятий по устранению входных барьеров на рынки, механизма равноправного государственно-частного партнерства.

При рассмотрении аспектов управления конкурентоспособным персоналом автор считает целесообразным использовать методику разработки модели системы конкурентоспособности в качестве комплексного исследовательского сквозного задания (КИСЗ), выполняемого специалистами экономической направленности. Предлагаемая методика является неотъемлемой частью инновационно-ориентированного побуждающего механизма, способствующего самоактуализации личности и практико-ориентированному обучению в области экономики [3].

Подготовленные по инновационной технологии (путем выполнения КИСЗ) конкурентоспособные специалисты получают навыки мыслить, опираясь на знания и умения по

многим дисциплинам, т. е. комплексно (К), проводить научно-исследовательские работы (И), анализировать объект в рамках изучения всех основных тем от начала до конца (сквозной вариант – С), ориентировать свою деятельность на повышение конкурентоспособности анализируемых (управляемых) объектов (выполнять задания – З).

Так, комплексность обеспечивает одновременный охват политических, экономических, технологических, маркетинговых и других процессов. Исследовательский подход направлен на получение навыков проведения специальных исследований в области экономики, психологии, философии, педагогики, медицины, диетологии, социологии и других областей науки по разработке системы мотивационных и стимулирующих механизмов, алгоритмов, схем, приемов, рекомендаций и других нововведений. Этим обеспечиваются активизация и мобилизация внутренних мыслительных, рационально-творческих фундаментальных способностей человека.

Все указанное выше позволяет определить приоритеты в изучении и применении на практике отдельных вопросов концепции «конкуренция – конкурентоспособность» для различных групп пользователей: руководителей, специалистов и государственных служащих, преподавателей, студентов – будущего персонала предприятий (организаций). Без них в условиях жесткой конкуренции бесполезно надеяться на решение каких-либо крупных (комплексных, системных) социально-экономических проблем. Именно поэтому персонал предприятия стоит на первом месте в ряду объектов конкурентоспособности.

#### Список использованных источников

1. Головачёв, А. С. Конкурентоспособность организации: учеб. пособие. / А.С. Головачёв. – Минск. 2012. – 319 с.
2. Фатхутдинов, Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: учебник. – 3-е изд. / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Маркет ДС, 2008. – 432 с.
3. Немогай, Н. В. Конкурентоспособность предприятия: учебник / Н. В. Немогай. В. В. Бонцевич, – Минск: РИВШ, 2019. – 524 с.

## ОЦЕНКА АДАПТАЦИИ ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОМЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ К ДИНАМИКЕ СРЕДЫ

*Д. А. Павлова,*

аспирантка экономического факультета

Белорусского государственного университета, г. Минск

*Е. М. Карпенко,*

докт. экон. наук, профессор кафедры международного менеджмента

Белорусского государственного университета, г. Минск

В качестве исходной базы для данной оценки были использованы данные о некоторых результатах функционирования деревообрабатывающих предприятий Гомельской области за период 2012–2018 гг. Интегральные результаты проведенной оценки на основе авторской методики отражены в таблице 1.

В целом за период 2012–2018 гг. наиболее высокий уровень результатов адаптации к динамике среды, ориентированных на удовлетворение интересов представителей заинтересованных групп, продемонстрировали Гомельобои и Калинковический мебельный комбинат (КМК). Оба эти предприятия продемонстрировали достаточно стабильную положительную динамику рассматриваемой группы результатов своей деятельности и обеспечили среднегодовой рост по данной группе результатов на уровне 3,6 % и 7,3 % соответственно.