

профессиональные личные качества работников сельского хозяйства и степень заинтересованности кадров в результатах деятельности сельскохозяйственной организации.

Список использованных источников

1. Головенчик, Г. Г. Становление и развитие цифровой экономики в современных условиях глобализации: автореф. дис. ... канд. эк. наук: 08.00.14 / Г. Г. Головенчик. – Минск, 2019. – 26 с.

2. Вартанова, М. Л. Обеспечение ускоренного внедрения цифровых технологий в сельском хозяйстве / М. Л. Вартанова // Экономические отношения. – 2019. – № 3. – С. 1950.

УДК 65.011.46:339.137

Ю.Ю. Новикова

Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ БЕЛАРУСИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Аннотация: В статье рассматриваются подходы к определению конкурентоспособности предприятий нашей страны в период перехода к цифровой экономике. Отмечено, что управление конкурентоспособностью в цифровой экономике является одним из главных аспектов деятельности предприятий государства. Представлены приоритетные институциональные факторы конкурентоспособности организаций. Исследование произведено на основе трудов отечественных и зарубежных ученых.

Проблема конкурентоспособности фирм, отраслей, стран является одной из наиболее актуальных и динамичных в мировой экономике. Объясняется это тем, что на ее анализ влияют многие факторы, но прежде всего изменение темпов экономического роста стран, уровень безработицы, место страны или фирмы (предприятия, организации) в мировой экономике и т. д. Значимость данной проблемы особенно возрастает в условиях растущей глобальной экономической конкуренции

за право каждой страны занять достойное место в системе мирового хозяйства.

Переход современной экономики на качественно новый уровень предполагает создание инновационных отраслей, технологически развитого бизнеса, изменение институциональных условий функционирования экономических субъектов, улучшение среды жизнеобитания, рост производительности труда, и, наконец, трансформацию цепочек создания предприятиями. Практика последних десятилетий показывает, что концепции конкурентоспособности могут существенно различаться в зависимости от технологического уклада, в основе которого лежит уровень развития производительных сил.

Исследование показало, что развитие цифровых технологий также оказывает сильное воздействие на структуру экономических отношений, а особенно это касается привычных методов производства, взаимодействия контрагентов, логистических процессов, финансовых операций, человеческих ресурсов, производительности труда, заставляя организации (компании, фирмы и т.п.) все больше опираться на искусственный интеллект. Влияние информационных технологий привело к тому, что меняется парадигма управления конкурентоспособностью.

Управление конкурентоспособностью в цифровой экономике является одним из главных аспектов деятельности предприятия. Процессы трансформации коснулись не только бизнеса, но и экономических и социальных институтов, в конкуренцию технологического переоснащения вступили многие государства.

Большинство стран разрабатывают и реализуют национальные программы развития цифровых экономик, Беларусь также находится в центре таких событий. Цифровизация, в свою очередь, трансформирует характер и структуру экономики стран и регионов. Внутриотраслевая конкуренция усиливается, рынки расширяются, конкурентоспособность отраслей, предприятий и отдельных стран на мировых рынках растет.

На современном этапе развития проблема конкурентоспособности занимает центральное место в экономической политике государства. Создание конкурентных преимуществ перед соперником становится стратегическим направлением деятельности государства и его органов и касается всех уровней иерархии: продукции (товаров и услуг), предприятий, отраслей, регионов и страны в целом. Проблема повышения конкурентоспособности для Беларуси в настоящее время является весьма

актуальной в силу тенденции к глобализации экономик, поэтому данному вопросу государство выделяет особое внимание.

Научный подход к проблеме повышения конкурентоспособности предполагает адекватное теоретико-методологическое ее решение, а именно выбор приоритетов, соответствующих национальной политике Республики Беларусь, ее основным ориентирам в устойчивом социально-экономическом развитии. При разработке внешнеэкономической стратегии и политики страны, определяющей должна стать базовая национальная стратегия устойчивого развития, обращенная к гражданам и предприятиям самой страны. В этой стратегии должны быть сформулированы принципиально важные для субъектов национальной экономики ориентиры деятельности, содержащие непротиворечивый образ будущей хозяйственной системы и социальной сферы страны.

В нашей стране разработана Национальная стратегия устойчивого развития Республики Беларусь до 2035 г., в рамках которой генеральной целью устойчивого развития Беларуси определено достижение высоких стандартов уровня жизни населения на основе качественного роста экономики на новой цифровой технологической базе, формирования полноценной конкурентной среды, создания комфортных условий для жизнедеятельности и развития личностного потенциала при сохранении природных систем для нынешних и будущих поколений.

В долгосрочной перспективе политика государства будет нацелена на достижение высоких стандартов жизни населения на основе создания интеллектуальной и эффективной «зеленой» экономики, обеспечения комфортных условий и равных возможностей для развития человеческого потенциала и самореализации граждан вне зависимости от места проживания. Главными составляющими устойчивого социально-экономического развития выступают цифровая трансформация всех сфер экономики и внедрение высокопроизводительных технологий, формирование развитой институциональной среды и устойчивой инфраструктуры, повышение инвестиционной привлекательности и качества инвестиций, высокое качество человеческого капитала и развитие новых профессиональных навыков и компетенций.

Изучение показывает, что стратегической целью является развитие конкурентоспособного экологически безопасного сельского хозяйства и его интеллектуализация на основе перехода к цифровой модели развития производства, позволяющей снизить его ресурсоемкость, нарастить

объемы выпуска и экспорта продукции с высокой добавленной стоимостью [2].

В условиях экономики глобальной турбулентности повышение конкурентоспособности предприятий является одним из приоритетных направлений долгосрочной экономической политики государства. Эффективность взаимодействия формальных и неформальных институтов является определяющим критерием повышения конкурентоспособности организаций. Под институциональными детерминантами конкурентоспособности организации подразумевают предпосылки, обстоятельства, инструменты формирования и функционирования институтов, определяющих конкурентоспособность.

Институциональные детерминанты, определяющие рамки деятельности организации, проявляются в различных аспектах. Одни факторы могут создавать новые возможности для повышения конкурентоспособности организации, а другие – приводить к ее снижению. Приоритетными институциональными факторами конкурентоспособности организаций (предприятий) являются:

- организационные структуры бизнеса, в рамках которых осуществляются процессы производства продукции и управление ими;
- экономическая инфраструктура;
- нормативно-правовой пояс деловой активности;
- образование и культура;
- информационные технологии;
- совершенствование организационно-экономических форм предприятия и др.

Для укрепления конкурентных позиций организации важно анализировать тенденции развития всех групп институциональных факторов, воздействующих на организацию, определить возможные диапазоны позитивного и негативного сценариев вариации институциональных факторов [3].

Основной вклад цифровизации в современный уклад общественной жизни – обеспечение перманентной взаимосвязи людей, которая улучшает их результативность и приводит к повышению эффективности организаций.

В современных условиях организации постепенно внедряют новые технологии в свои экосистемы, чтобы укрепить конкурентные позиции, а именно:

- получить опыт применения «умных» технологий на практике;

- определить направления и масштабы трансформации деятельности;

- оценить вероятность потерь в результате ухудшения деловой репутации.

Изменениям также должны подвергаться используемые в деловой среде практики менеджмента. Необходимо внедрять новые и модернизировать существующие методы и инструменты управления конкурентоспособностью предприятия [1].

Цифровые преобразования являются одной из главных детерминант экономического развития и, в частности, экономического роста. В рамках цифровой трансформации производств люди, машины, продукты и системы при помощи информационно-коммуникационных технологий объединяются в динамическую саморегулирующуюся сетевую структуру реального времени, происходит изменение концепций создания ценностей.

Стимулом цифровой трансформации являются факторы эндогенного характера, как пример, позитивный опыт работы с контрагентами и клиентами. Контрагенты и клиенты компаний сейчас предъявляют высокие требования к возможности доступа к информации о деятельности организации, качеству товаров и услуг.

Информационно-коммуникационные технологии способны обеспечить требуемый уровень информационной доступности для предоставления его контрагентам и клиентам. Это позволяет компаниям не только достигать краткосрочных целей на рынке, но и расширять возможности бизнеса.

Таким образом, цифровое предприятие – это предприятие, использующее информационные технологии в качестве конкурентного базиса во всех аспектах своей деятельности: производстве, бизнес-процессах, маркетинге, связях с клиентами и т. д. В процессе цифровой трансформации традиционные компании превращаются в организации с цифровым мышлением. Продукт, выдвигаемый на рынок, становится цифровым. Качество предоставляемых продуктов и услуг достигается за счет персонализации, индивидуализации, усовершенствованной функциональности, системной интеграции транспортной и логистической активности, актуальных моделей получения дохода, современного дизайна, разработки приложений. Этот уровень включает эндогенные элементы, которые предприятие должно внедрять в свое решение для создания предельной стоимости.

Список использованных источников

1. Кунцман А. А. Методика комплексной оценки цифровой зрелости предприятия // Сборник тезисов и выступлений: управление бизнесом в цифровой экономике. – Санкт-Петербург, 2019. – С. 135-139.

2. Национальная стратегия устойчивого развития Республики Беларусь до 2035 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.by/uploads/files/ObsugdaemNPA/NSUR-2035-1.pdf>. – Дата доступа: 30.10.2020.

3. Цифровая трансформация и влияние ее на конкурентоспособность промышленных предприятий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-i-vliyanie-ee-na-konkurentosposobnost-promyshlennyh-predpriyatiy>. – Дата доступа: 02.11.2020.

УДК 658.84:339.138

К.А. Дворник

Белорусский государственный технологический университет

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА ПРОДУКЦИИ

Стимулирование сбыта как форма продвижения товара служит для поддержки, информирования и мотивации всех участников процесса сбыта (внешней, оптовой и розничной торговли) в целях создания непрерывного потока реализации товара.

Выделяют три направления стимулирования: стимулирование конечных покупателей (потребителей), стимулирование организаций оптовой и розничной торговли, стимулирование собственного торгового персонала.

Стимулирование конечных покупателей обычно проводится производителем или розничным торговцем по отношению к конечным покупателям с целью ускорения процесса покупки. Возможна кооперация производителя и розничного торговца на основе принципа разделения