

2. Начальная стадия (наличие международных отношений до момента проведения операций иностранных агентов и дилеров).

3. Стадия развития (создание производственной организации за рубежом посредством контактирования с иностранными контрагентами).

4. Стадия роста (присутствие производственных предприятий за рубежом, расположенные в 6 или менее странах).

5. Многонациональная стадия [1].

Совместное предприятие можно понимать как объединение инвестиций (как правило, в форме юридическое лица), которое контролируется двумя или более экономическими организациями.

Формирование совместных предприятий обосновано тем, что совместное предпринимательство способствует вступлению государства в систему международного экономического хозяйства и представляет не менее важную значимость в развитии рыночной инфраструктуры. СП характеризуется хорошей производительностью труда, высоким уровнем заработка, компьютерными технологиями. Все эти факторы оказывают положительное влияние на белорусскую экономику. Основные цели создания СП:

1. Привлечение дополнительных материальных и финансовых ресурсов.
2. Насыщение качественной продукцией внутреннего рынка.
3. Привлечение иностранных технологий и управленческого опыта в народное хозяйство.
4. Развитие экспорта страны и сокращение национального импорта.
5. Освоение новых рынков.
6. Снижение затрат производства [2].

К СП, которые образованы на территории Республики Беларусь, можно отнести разного рода предприятия, организации и фирмы, занимающиеся внедренческой, производственной и маркетинговой деятельностью от собственного имени по принципу совокупной принадлежности.

Совместные предприятия владеют большими финансовыми, производственными ресурсами в отличие от других предприятий, именно поэтому они имеют более высокую конкурентоспособность. Например, в 2011 году над разработкой гибридных грузовиков трудились Ford и Toyota.

Благодаря формированию совместных предприятий, наше государство имеет возможность привлекать и использовать новейшую технику и технологии. На территории Республики Беларусь функционируют множество СП. Например, компания «MARKO», основателем которой является совместное белорусско-германское предприятие, включающее в себя ООО «Марко», ООО «Сан Марко» и ОАО «Красный Октябрь» [5]. В частности и знаменитое белорусское предприятие «BELWEST». Бренд, который и на данный момент остаётся самым приобретаемым товаром в нашей стране, был основан двумя известнейшими изготовителями обуви. В 1988 году витебская фабрика «Красный Октябрь» и немецкая компания Salamander создали совместное предприятие [4].

Заключение. Таким образом, мы видим положительное влияние совместных предприятий на мировую экономику. Форма такого рода сотрудничества даёт возможность наиболее оперативно и широко применять в развитых странах и внедрять в современную экономику других стран новейшие формы внешнеэкономического сотрудничества, достижения научно-технического прогресса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Этапы интернационализации [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://studfile.net/preview/2864856/page:3/> - Дата доступа: 11.03.2020
2. Факторы формирования совместного предприятия [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://studbooks.net/1523815/menedzhment/factory_fomirovaniya_sovmestnogo_predpriyatiya - Дата доступа: 11.03.2020
3. Электронная библиотека БГУ: Интернационализация деловой активности стран и компаний = Internationalization of countries and companies business activity / А.В. Данильченко, Е.В. Бертоц, О.Ф. Малащенко [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/163415> Дата доступа 11.03.2020
4. Сайт белорусского телеграфного агентства «БЕЛТА» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.belta.by/economics/view/belvest-podgotovil-biznes-plan-sozdaniya-obuvnogo-holdinga-63124-2012> - Дата доступа: 11.03.2020
5. Официальный сайт «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко» [Электронный ресурс] / - <http://www.marko.by/about/info/> - Дата доступа: 11.03.2020.

УДК 339.137.22

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*А.С. Ханеня, студент группы 10503218 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель Н.В. Дашкевич*

Резюме – В современном мире каждое предприятие «существует» в экономической среде. И каждое действие всех субъектов хозяйствования возможно только тогда, когда среда позволяет его исполнение. Одной из самых главных проблем на мировом рынке является успешное развитие экономики в рыночной среде и повышение уровня конкурентоспособности.

Summary – In the modern world, every enterprise "exists" in the economic environment. And every action of all business entities is possible only when the environment allows its execution. One of the most important problems in the world market is the successful development of the economy in a market environment and increasing the level of competitiveness.

Ведение. В современном мире слово «конкурентоспособность» встречается довольно часто и является одним и наиболее употребляемых в научной литературе. Предприниматели, экономисты, политики свободно применяют его, когда необходимо объяснить понятие интеграции национальной экономики в мировое хозяйство. На сегодняшний день экономика каждой страны претерпевает изменения, которые связаны с глобализацией, ростом конкуренции между государствами, фирмами, отраслями, продукцией.

Основная часть. Мощь и сила любого государства непосредственно зависит от конкурентоспособности своего производства. Создание конкурентоспособности является одной из основных задач развития предприятия. Успех компании определяется умением предложить товары и услуги, соответствующие потребностям как рынка, так и потребителя.

Современная экономика сформировалась благодаря формированию общественных отношений. Они гарантировали независимость каждому субъекту рыночной экономики в хозяйственной деятельности. Главным признаком такой экономики является конкуренция. Конкурентоспособность – способность некоторого субъекта (объекта) противостоять другому в борьбе за потребительскую аудиторию. При этом объектами могут выступать разного рода предприятия, товары. Страны, области. К субъектам можно отнести потребителей, производителей. Конкурентоспособность предприятия – характеристика, выражающая уровень отличия одного предприятия от другого.

Существование конкурента на рынке формирует фактор конкуренции: продавцы соперничают, чтобы удовлетворить все потребности покупателей и, в последующем, сделать его постоянным клиентом.

Конкуренция – соревнование. Борьба за процветание и экономическую стабильность – закон рынка.

Нужно отметить, что конкурентоспособность может присутствовать только в рамках определённой группы предприятий, относящиеся к одной отрасли и производящие аналогичный товар.

Для повышения конкурентоспособности необходимо провести ряд мероприятий:

1. Уменьшить расходы
2. Улучшить качество выпускаемого товара (вовлечение в производство инноваций)
3. Провести эталонное тестирование (бенчмаркинг – изучение свойств разных объектов и субъектов)
4. Повысить объёмы реализации товара (определить такой объём реализации, при котором предприятие в процессе производства не будет получать убытки)
5. Производить обучение и переподготовку кадров на постоянной основе
6. Анализировать своих конкурентов, чтобы выявить слабые и сильные стороны
7. Улучшить условия труда
8. Использовать эффективные рекламные мероприятия
9. Использовать собственные фирменные товарные знаки
10. Искать новые формы выпускаемой продукции и т.п. [1].

При проведении такого рода мероприятий, предприятие сможет укрепить свою финансовую устойчивость.

Традиционным методом повышения конкурентных достоинств является уменьшение расходов. В этом случае «победит» то предприятие, которое сумеет достигнуть меньших затрат при проведении определённых мер. Но на сегодняшний день сохранить такое преимущество очень трудно. Для осуществления этого метода, необходимо правильно скоординированная работа сотрудников, совершенствование логистики, организации персонала. Фирма, которая выбирает этот путь, постоянно анализирует расходы на всех стадиях производства, проектирования и выпуска товара. Необходимо непрерывно осуществлять мониторинг рынка, следить за инновациями и контролировать расходы конкурентов. Поэтому маркетологи играют здесь большую роль.

Ещё одним методом для осуществления конкурентоспособности является улучшение качества производимого товара. Повышение качества способствует увеличению экспорта, познанию новых рынков. Проводя такую политику, предприятие поднимет свой имидж и сумеет получить максимальную прибыль. Не стоит забывать и о том, что факторы конкурентоспособности могут работать как в сторону повышения, так и в сторону уменьшения. С течением времени данные факторы могут меняться. Зависит это от изменения потребностей покупателей, в результате меняется ситуация на рынке. В зависимости от доходов у людей меняются предпочтения. Например, лет 10-15 назад население имело совершенно другие потребности. На сегодняшний день важное значение имеют компьютерные технологии, в частности IT. Очень трудно назвать факторы, влияющие на конкурентоспособность, так как с каждым днём появляется что-то новое [2].

Заключение. Таким образом, конкуренция ведёт к росту эффективности производства. Она стимулирует предприятие повышать свою конкурентоспособность. В результате предприятия совершенствуют качество производимой продукции и контролируют расходы. Только конкурентоспособное предприятие может сохранить товарообращение в нужных объёмах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Н.Р. Давлетгареев, Т.Б. Давлетгареева «Пути повышения конкурентоспособности предприятия» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.lib.tpu.ru/fulltext/c/2015/C53/019.pdf> - Дата доступа: 13.03.2020.
2. Пути повышения конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://novainfo.ru/article/15120> - Дата доступа: 13.03.2020.

УДК 338.583

АУТСОРТИНГ ИТ-ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

*К.А. Хотак, студентка группы 10503317 ФММП БНТУ
научный руководитель - канд. экон. наук, доцент А.Л. Иващутин*

Резюме – В статье рассматриваются вопросы аутсорсинга работ на основе информационных технологий. Анализируются проблемы, возникающие у компаний малого и среднего бизнеса при переводе ИТ-подразделений на аутсорсинг. Предлагаются пути решения приведенных проблем.

Summary – This article addresses the topic of information technology outsourcing. The problems that arise in small and medium-sized companies when transferring IT departments to outsourcing are considered. Ways to solve these problems are proposed.

Введение. Главная причина современного развития рынка ИТ-аутсорсинга – необходимость сокращения косвенных затрат компании, что позволяет сконцентрироваться на основной деятельности предприятия. Тем не менее, компании, не испытывающие экономических трудностей, часто пытаются решить проблемы, связанные с различными процессами производства, пытаясь увеличить количество работников ИТ подразделения. Но при этом не учитывается возможное снижение эффективности [1].

Основная часть. Для компаний, непосредственно не занятых оказанием услуг в информационной сфере, ИТ-подразделение не является основной службой, что дает возможность выведения данного подразделения на аутсорсинг. Существуют как положительные, так и отрицательные возможные воздействия на компанию при использовании данной стратегии.

Основные проблемы, возникающие при выводе ИТ-подразделений на аутсорсинг и пути их решения следующие:

1) сомнения в безопасности информации предприятия. Эта одна из наиболее существенных проблем, так как экономическая эффективность напрямую зависит от информационной безопасности. В случае утечки информации потери предприятия значительно превысят возможные выгоды от использования услуг аутсорсинга информационных услуг. Руководство многих компаний не готово идти на риски. Преодолеть недоверие с данной стороны можно путем регламентации в соглашениях всех вопросов информационной безопасности, а также укрепления доверия в вопросах взаимодействия с бизнес-партнерами;

2) угроза надежности при производстве продукции. Данная проблема в большей мере касается предприятий, имеющих в процессе производства сложные технологические процессы, которые нельзя прерывать из-за риска испортить производимую продукцию. В решении этой проблемы главную роль играет требование технологической безопасности;

3) утрата для конкурентных преимуществ предприятия. Выведение ИТ-подразделения или части вопросов, связанных с данным подразделением, на аутсорсинг также является проблемой. Появляется риск распространения авторских бизнес-процессов, которые применяются при решении внутрипроизводственных задач. Предприятиям следует тщательно обосновывать границы выносимой на аутсорсинг информации и ограничивать договорами возможность ее использования;

4) сложности в оценке и анализе эффективности аутсорсинга. У предприятий малого и среднего бизнеса часто возникают вопросы о целесообразности вынесения подразделений на аутсорсинг. Для этого сравниваются стоимость ИТ-услуг при использовании внутренних подразделений и при использовании сторонних специалистов. В данную стоимость будет входить как заработная плата сотрудников и стоимость оборудования, так и затраты на обеспечение информационной безопасности, набор сотрудников, их обучение и др. Также учитывается реальная важность использования информационных технологий для бизнеса. По результатам анализа, если использование собственных ресурсов неэффективно, целесообразно воспользоваться услугами аутсорсинга;

5) сложности контроля выполняемых операций. Следует учитывать, что при вынесении части подразделений на стороннее управление появляется необходимость создания контролирующего органа, сотрудники которого должны разбираться в особенностях бизнеса, а также технологических процессах компании. Отсутствие квалифицированных работников в вопросах, связанных с управлением в области ИТ-услуг, может привести к увеличению затрат и к проблемам при взаимодействии компании заказчика и аутсорсинговой компании [2].

Заключение. Во взаимоотношениях между предприятием и аутсорсинговой ИТ-компанией главной проблемой является то, что заказчик рассчитывает повысить свои результаты, а ИТ-компания стремится минимизировать объемы работ, необходимых заказчику. Все это может привести к разрыву деловых взаимоотношений. Таким образом, для компании-заказчика при переводе ИТ-подразделений на аутсорсинг приоритетной является