

3. Втраченої можливості. Іноді цей принцип називають принципом «жалкування». Він формується таким чином: «Якщо ми зупиняємося на конкретному варіанті, то тоді, коли вже буде відомий результат, скільки ще ми будемо жалкувати про те, що відкинули інший варіант, який в даному випадку приніс би кращі результати?»;

4. Очікуваної віддачі. Вибирається найкращий варіант з точки зору високої ймовірності того, що події будуть проходити саме так, як очікується [1].

Прийняття управлінських рішень в організації є досить важливим елементом управлінської діяльності, за допомогою якого підприємство може процвітати чи занепадати, в залежності від того, яке саме управлінське рішення було прийняте та як було виконане.

Список використаної літератури:

1. Армстронг М. Менеджмент: методы и приемы: Пер. с 3-го англ. изд. - К.: Знання- Прес, 2006. -876 с. – С.741-742.

УДК 331.104.2

Филиппова Татьяна Викторовна
 ассистент, м.э.н.,
Бондарович Виктория Николаевна
 студентка группы ЭУ-32,
 Брестский государственный
 технический университет
 г. Брест, Республика Беларусь

ЭКСПОРТНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ

In the face of increasing global competition, the effectiveness of foreign trade plays an increasingly important role in ensuring sustainable economic situation in the country. The issues of export potential realization come to the fore, which depends on how competitive domestic products will be.

Обычно под конкурентоспособностью понимают способность страны, отрасли, хозяйственной единицы опережать соперника в достижении поставленных экономических целей – укрепления или завоевания позиций на конкурентном рынке.

Конкурентоспособность товара предполагает оптимальное сочетание качества, цены, дизайна и возможности послепродажного

обслуживания. Чтобы удовлетворить различные потребности покупатель приобретает товары, качество и потребительские свойства товаров, которых и способны удовлетворить эту потребность [1].

Достаточно значимое влияние на конкурентоспособность страны оказывает конъюнктура мировых рынков. Следует отметить, что уже выявлены следующие закономерности:

- стоимость мировой торговли сельскохозяйственной продукцией имеет постоянную тенденцию к росту, однако темпы ее роста в большей степени обусловлены ростом цен, а не объемов;

- сохраняется высокая концентрация мировой торговли в небольшой группе экономически развитых стран, к тому же в мире уже сложились лидеры экспорта и импорта, которые в значительной степени диктуют уровень мировых цен;

- быстрыми темпами происходит рост торговли в рамках региональных сообществ за счет развития процессов торгово-экономической интеграции [2].

В экономической теории отсутствует выраженный консенсус касательно вопроса выбора методов оценки экспортного потенциала. Выбор тех или иных критериев в большей степени связан с предпочтениями авторов, чем со строгим научным подходом.

В настоящий момент приоритетом в развитии экспорта является увеличение доли высокотехнологичной наукоемкой продукции. Это направление представляется особенно выгодным ввиду относительной бедности республики многими видами сырья, стремлением за счет использования технологий увеличить долю прибыли, остающуюся в стране.

За период с января по июнь 2019 года внешнеторговый оборот товаров Беларуси составил 34 508,8 миллионов долларов США, в том числе экспорт – 15 890,4 миллионов долларов, импорт – 18618,4 миллионов долларов. К уровню января – июня 2018 года из расчета в текущих ценах оборот внешней торговли товарами составил 97,4%, экспорт – 95,9%, импорт – 98,7%. По результатам января – июня 2019 года по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года экспорт товаров в натуральном выражении уменьшился на 3,2%, импорт увеличился на 1,5%. Средние цены экспорта сократились на 1,6%, импорта – на 0,8%.

По данным программы по социально-экономическому развитию Республики Беларусь на 2016-2020 гг. можно выделить то, что в условиях растущей конкуренции в мире развитие Беларуси будет определяться способностью эффективно встроиться в новую систему глобального разделения труда, цепочки создания добавленной

стоимости, активизировать факторы интенсивного роста, основанные на инициативе и предприимчивости бизнеса, инновационности базовых отраслей и новых производств, современных системах управления.

А также, стратегическими направлениями будут являться освоение новых рынков, реализация интеграционного потенциала в рамках Евразийского экономического союза (далее – ЕАЭС), расширение торгово-экономического сотрудничества с Европейским союзом, США, Китаем, Индией и иными зарубежными государствами, активное взаимодействие с региональными объединениями и международными организациями.

К 2020 году намечено освоение новых для Республики Беларусь технологий производства лекарственных средств Глюкозамин и Цитиколин, что позволит обеспечить внутренний рынок высокоэффективными современными препаратами и в дальнейшем осваивать рынки стран СНГ.

В результате намеченных мер прогнозируется увеличение удельного веса высокотехнологичных видов деятельности в общем объеме промышленного производства с 3,2 процента в 2015 году до 4–6 процентов в 2020 году [3].

Одни из крупнейших экспортеров в Республике Беларусь:

– Нефтеперерабатывающая промышленность Беларуси представлена ОАО «Нафтан» (г.Новополоцк) и ОАО «Мозырский нефтеперерабатывающий завод». Это нефтепродукты высокого качества, которые поставляются в страны Европейского союза, Украину, Российскую Федерацию и другие страны СНГ.

– ОАО «Беларуськалий» является одним из ведущих мировых производителей калийных удобрений. Свыше 90% его продукции экспортируется в Южную и Северную Америку, Юго-Восточную Азию, Европу (более чем в 100 стран мира, в том числе Индию, Китай).

– Доля экспорта компьютерных услуг в общем объеме экспорта услуг Республики Беларусь выросла с 2011 года в 3,7 раза и составила в 2018 году 18% (в 2017 году –15,3%). Около 90% белорусского экспорта компьютерных услуг обеспечивается резидентами Парка высоких технологий.

Таким образом, можно сделать вывод, что предприятия Белоруссии очень хорошо экспортируют множество товаров, которые хорошо конкурируют по различным критериям с аналогами на мировых рынках.

Список использованных источников:

1. Криворотов В.В. Конкурентоспособность предприятия: источники формирования, оценка, пути повышения / В.В. Криворотов. – 2012. – 258 с.

2. Байгот М.С. Конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции Беларуси на внешних рынках: методология оценки и реализации экспортного потенциала / Евразийская экономическая комиссия. – Москва. – *Весті Національної академії наук. Серія аграрних наук.* – № 2, 2015. – 156 с.

3. Электронный ресурс: Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016-2020гг. – Режим доступа: <https://www.economy.gov.by/uploads/files/Programma-2020.pdf> – Дата доступа: 30.11.2019.

УДК 658

Хлуп'янець Дар'я Ігорівна
студентка групи МО-61,
Науковий керівник:
Пащенко Ольга Петрівна,
к.е.н., доцент,
Державний університет
«Житомирська політехніка»

**БЕНЧМАРКІНГ ЯК НОВАЦІЯ В УПРАВЛІННІ
ПІДПРИЄМСТВОМ**

Benchmarking is the search and implementation of successful competitor's experience. It is an effective instrument that helps the company to develop in the right directions. Benchmarking contributes to the improvement of the whole organization.

В умовах сучасного висококонкурентного ринку кожне підприємство повинно постійно вдосконалюватись та знаходити шляхи підвищення конкурентоспроможності своїх продуктів. Ці дії є необхідними для завоювання нових споживачів та збільшення ринків збуту підприємства. Так, як пошук власних інноваційних шляхів є досить дорогим, більш доцільним є використання досвіду успішних підприємств. Одним із найефективніших засобів такого використання є бенчмаркінг. Цей метод