

Одним из самых важных признаков современного рынка является конкуренция. Посредством конкуренции происходит распределение факторов производства и доходов в соответствии с вкладом и эффективностью деятельности хозяйствующих субъектов. Конкуренция очень сильно зависит от количества производителей-продавцов.

Предприятие не сможет добиться коммерческого успеха на рынке и удержать свои позиции в конкурентной среде, если не будет повышать конкурентоспособность своей продукции.

Оценка конкурентоспособности продукции производится путем сопоставления параметров анализируемой продукции с параметрами базы сравнения. Сравнение проводится по группам технических и экономических параметров.

Конкурентоспособность продукции более полно раскрывается через систему ее показателей, которые представляют собой совокупность критериев количественной оценки уровня конкурентоспособности изделий. В настоящее время разработаны ряд методик и методологических подходов к оценке уровня конкурентоспособности продукции.

Товаропроизводители должны строить свою деятельность исходя из главного принципа: наиболее полно удовлетворить требования потребителя. А этого можно достичь, только с экономически эффективной, качественной, и конкурентоспособной продукцией, производство которой определяет финансовое благополучие производителей[1].

Таким образом, одна из важнейших проблем – это качество и конкурентоспособность товаров и услуг, предполагающая формирование принципиально новых подходов к исследованию и оценке этих аспектов. Качество продукции является одним из важнейших факторов деятельности любого предприятия. Роль и значение повышения качества продукции для нашей страны на современном этапе социальных и экономических преобразований является актуальной задачей. В современных условиях продукция становится индикатором силы, экономической безопасности и конкурентоспособности отечественного производителя.

Для того чтобы обеспечить производство более конкурентоспособного продукта необходимо проводить исследование его конкурентоспособности еще на стадии разработки, создания; и в дальнейшем, следует периодически проводить анализ конкурентоспособности уже на стадии производства и реализации продукции, сравнивая ее с аналогами, чтобы иметь возможность формирования ассортимента более конкурентоспособной продукции на рынке и выявлять ту продукцию, для которой необходимо разрабатывать специальные мероприятия по повышению конкурентоспособности.

Основными факторами конкурентоспособности являются:

- качество товаров и услуг;
- цена товаров и услуг;
- уровень квалификации персонала и менеджмента;
- технологический уровень производства;
- доступность источников финансирования.

Выявлено, что в условиях рыночных отношений уровень конкурентоспособности на 70-80% зависит от качества и на 20-30% - от цены[1, с. 115].

После анализа экономической литературы и электронных ресурсов, можно сделать вывод, что для повышения конкурентоспособности следует:

совершенствовать технико-технологическую организацию производства на предприятии;

- повышать известность фирмы;
- повышать качество продукции;
- снизить цены на выпускаемую продукцию;
- снижать энергозатраты на производство.

Обеспечение высокого уровня конкурентоспособности должно быть основной задачей предприятия. При выполнении данных мероприятий и следовании вышеуказанным рекомендациям предприятие сумеет повысить конкурентоспособность своей продукции, и будет занимать более высокую долю рынка по сравнению с конкурентами.

Список использованных источников:

1. Головачев, А. С. Экономика предприятия: учеб. пособие / А. С. Головачев – Минск: Вышш.шк., 2011. - 405с.

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ ЦЕНУ БИТКОИНА

Палто Е.А., Чекун И.Л.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Шкода В.И. – старший преподаватель

В современном мире происходит стремительное развитие информационных технологий и усиление их влияния на экономические процессы. В данной работе осуществлен анализ современных IT технологий к становлению и развитию рынка биткоина.

Появление криптовалют как формы денег в целом является следствием непрерывного развития экономики. Криптовалюта - это разновидность цифровой валюты, создание и контроль за которой базируется на криптографических методах. К основным особенностям всех криптовалют можно отнести анонимность, децентрализацию и защищенность. Большинство криптовалют имеют потолок эмиссии. Например, в биткоин он составляет 21 миллион «монет» [1]. Успех криптовалют связан с невиданной ранее волатильностью. Для того же биткоина совершенно нормально измениться в цене на несколько тысяч долларов всего за несколько часов (это недостаток, как и необеспеченность).

Биткоин - это первая в мире криптовалюта, основанная на технологии P2P и позволяющая совершать мгновенные транзакции по всему миру. В основе биткоин лежит блокчейн [2].

Блокчейн – это цепочка блоков, соблюдающая чёткую последовательность. Блоки - зашифрованные данные о транзакциях внутри системы. Все блоки выстроены в связанную цепочку. Блок состоит из заголовка и списка транзакций. Заголовок блока включает в себя свой хеш (цифровую подпись), хеш предыдущего блока, хеши транзакций, а также дополнительную служебную информацию. Далее идёт список транзакций, сформированный из очереди транзакций, ещё не записанных в предыдущие блоки.

Ключевые особенности блокчейн:

- децентрализация (каждый участник – сервер, поддерживающий работу всего блокчейна);
- прозрачность – данные хранятся в открытом доступе, их невозможно изменить;
- теоретическая неограниченность – теоретически блокчейн можно дополнять записями до бесконечности. Поэтому его часто сравнивают с суперкомпьютером;
- надёжность – для записи новых данных необходим консенсус узлов блокчейна. Это позволяет записывать только легитимные транзакции. Подмена хэша нереальна.

Майнинг — это процесс добычи криптовалюты, при котором при помощи специального ПО проводятся сложные вычисления и запись нового блока, он поддерживает работу сети, гарантирует защиту от дублирующих транзакций. Майнер использует мощности железа для выполнения специальных вычислений по поиску хэша, чтобы закрыть блок. Происходит перебор различных значений. Тот, кто первым «найдет» хеш, получает вознаграждение - 1 единицу криптовалюты. Заиметь каждую следующую единицу криптовалюты все тяжелее, ведь вычисления усложняются, а количество потребляемой электроэнергии увеличивается. Поэтому для майнинга наиболее популярных криптовалют майнеры объединяются в команды (пулы), чтобы быстрее создавать блоки. Полученная добыча делится в зависимости от вклада каждого из майнеров.

Для поддержания стабильного количества добытых блоков была введена сложность добычи криптовалюты. Это обеспечивает невозможность преждевременной добычи всех единиц криптовалюты, повышает ее ценность и стимулирует развитие более совершенных технологий [3].

В начале 2017 биткоин превысил отметку в 1000 долларов, после чего продолжил свой постепенный рост. Этому способствовали следующие факторы:

- рост количества пользователей сети;
- дефицит криптовалюты (повышение сложности майнинга при уменьшении вознаграждения);
- увеличение капитализации;
- появление разнообразных сервисов, готовых принимать оплату биткоинами.

В декабре 2017 года случился криптовалютный бум (рисунок 1), во время которого все цифровые активы установили личные рекорды стоимости. В случае с биткоином рекордная цена составила 19 346 USD, а на некоторых биржах и больше 20 000 USD. Настолько резкий подъём обусловлен рядом причин:

- к ноябрю 2017-го криптовалюта имела колоссальную популярность. Всё больше людей интересовались сетью блокчейн, что толкнуло цифровой актив вверх и вызвало рост альткоинов;
- настоящий фурор произвела новость о том, что несколько крупных американских бирж планируют разрешить торговлю фьючерсами на биткоины с 2018 года;
- не последнюю роль сыграла новость о том, что вскоре будет запущен протокол Lightning Network, который значительно повысит скорость транзакций.

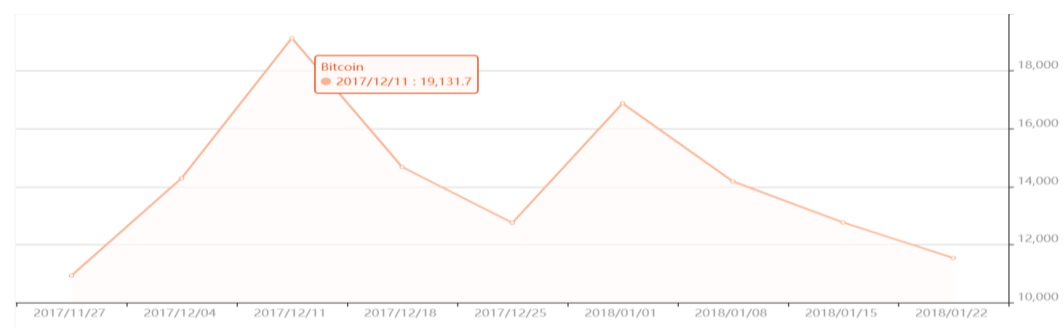


Рисунок 1 - Состояние биткоина на 11 декабря 2017

За первые 4 месяца 2018 года цена монет BTC опустилась ниже 7 000 USD. Отрицательная динамика была вполне закономерной, ведь после подъёма всегда идёт спад. Обусловлено это следующими причинами:

- у биткоин были проблемы с Google. В частности, компания отказалась добавлять в свой магазин расширения для майнинга ввиду их вирусной природы;
- китайское правительство призвало оказывать давление на майнеров, поскольку они потребляют слишком много энергии;
- биткоин стал самой популярной валютой Даркнета, что отпугивало потенциальных инвесторов.

Со 2-ой половины апреля 2018 ситуация стабилизировалась, но в мае вновь началось падение валюты, обусловленное напряжённостью среди трейдеров и падением объёмов торгов. 2018 года стал самым трудным для мира криптовалют. В декабре цена биткоина упала до 3330 USD (рисунок 2).

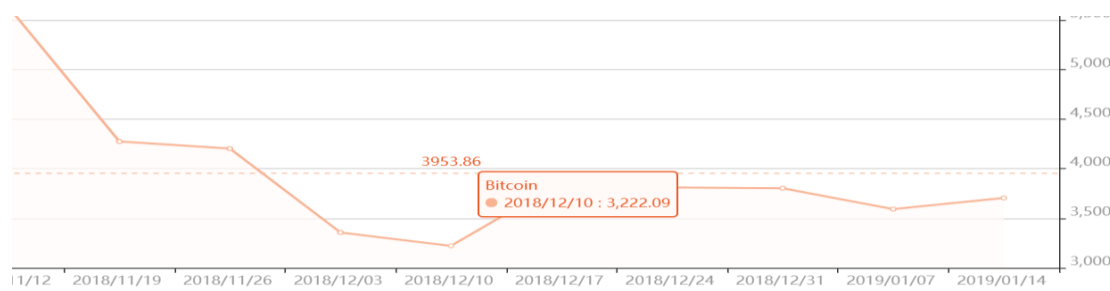


Рисунок 2 - Состояние биткоина на 10 декабря 2018

2019 год должен стать более приятным, особенно его вторая половина, на которую прогнозируется постепенный рост стоимости криптовалюты (рисунок 3). Начало 2019 года вполне оптимистично: курс биткоина составляет 4000 USD и должен только расти [4]. Наибольших успехов криптовалюта должна достичь в 2021 году (прогнозируется 30 000 USD за монету).

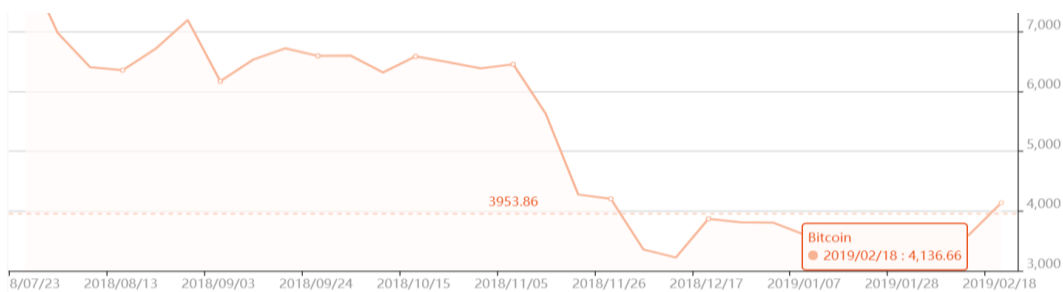


Рисунок 3 - Состояние биткоина на 18 февраля 2019

Исходя из тенденций курса цены исследуемой криптовалюты, нами был сделан вывод о нестабильности биткоина как платежного средства.

Список использованных источников:

1. Prosto Coin. Что такое криптовалюта [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rusability.ru/https://prostocoin.com/blog/what-is-cryptocurrency>

2. А.Тапскотт, Д. Тапскотт. Технология блокчейн - то, что движет финансовой революцией сегодня / А.Тапскотт, Д. Тапскотт.Пер. с англ. - РФ, г. Москва, 2018 - 418 с.

3. Prosto Coin. Что такое майнинг криптовалют [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://prostocoin.com/blog/what-is-mining>

4. Tehnoobzor. История курса Биткойна [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tehnoobzor.com/cryptolife/bitcoin/2502-istoriya-kursa-bitkoina.html>

ВИРТУАЛЬНЫЕ ПОМОЩНИКИ В МАРКЕТИНГЕ

Гуторова А.С., Чугай Я.А.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Шкор О.Н. – старший преподаватель

В рамках настоящей работы рассмотрен базовый алгоритм виртуальных помощников для B2B-маркетинга, получивших в последнее время широкое распространение в развитых странах, на примере сервиса YesPath.

В последние годы такие интернет-сервисы, как Amazon и Netflix, обзавелись рекомендательным функционалом, помогающим клиентам в режиме реального времени подобрать что-то соответствующее их интересам и опыту использования сервиса. Постепенно этот тренд начал проникать и в другие сферы, в том числе в B2B-маркетинг.

В первую очередь стоит отметить, что трудности применения такого подхода в B2B-сфере являются следующими:

1. Небольшой трафик веб-сайтов по сравнению с компаниями, работающими на потребительском рынке;
2. Длинный цикл продажи (B2B-продажа может продолжаться несколько месяцев, год, а то и дольше);
3. Групповое поведение (B2B-покупка не совершится, пока все стороны не придут к общему соглашению).

Обеспечить должный уровень потребительской персонализации в B2B-контексте с меньшим объемом данных позволяет с помощью маркетинговый подход под названием «next-best-action». В рамках данного подхода опыт каждого покупателя не является заранее спланированным, определенным. Вместо этого он непрерывно адаптируется к контексту и эмпирическим результатам. Первый этап является разведывательным, когда предложения осуществляются в случайном порядке, а на каждом последующем шаге алгоритм учитывает различные действия, которые могут быть совершены конкретным покупателем, и рекомендует лучший.

Таковыми возможностями широко пользуется YesPath – основанная в Сан-Франциско компания. YesPath – это платформа для адаптивного маркетинга. Здесь существует набор алгоритмов машинного обучения, который, опираясь на имеющийся контекст (предварительное загруженное знание), может выбрать лучший next-best-action. Эти алгоритмы и составили ядро виртуального помощника, который получил название YesPath Virtual Assistant. Использование контекста позволяет ассистенту принимать решение в условиях недостаточного объема данных о поведении пользователей. Этот контекст уникален тем, что учитывает особенности, характерные для процесса B2B-продажи:

- такие атрибуты учета, как отрасль, размер компании, уровень дохода и местоположение;
- атрибуты персоны: роль, стаж, должность;
- тематические интересы;
- стадии возможности — разные действия дают разные результаты на разных стадиях.

Ассистент ограничен бюджетом. При выборе действия он принимает во внимание и стоимость этого действия, учитывает количество доступных мест для того или иного мероприятия и т.д.

Стадия сделки имеет большое значение в процессе продажи. На более ранних этапах этого процесса ассистент обладает большей свободой в выборе таких действий. По мере продвижения по воронке продаж риски растут, так что помощник будет переключаться на внесение предложений о действиях, которые должен будет совершить менеджер по продажам. К тому времени, когда возможность совершить продажу достигнет финальных стадий, менеджер будет понимать, можно ли выполнить рекомендацию ассистента.

Также в ассистент YesPath была установлена система выгод. В B2B очевидная выгода — это заключенная сделка, но процесс ее заключения может продлиться до 12 месяцев и более.