

Ограничения в сфере услуг на международном рынке затрагивают различные аспекты деятельности предприятий. Как правило, регулируются показатели объемов реализации услуг, доходов от прямых инвестиций в предприятия сферы услуг. Эти ограничения в основном распространяются на финансовые, страховые, транспортные, консультационные услуги и осуществляются иностранными государствами для поддержки развития национальных отраслей, сохранения контроля над наиболее важными отраслями сферы услуг в виде ответных мер по отношению к странам, проводящим дискриминационную политику в данной области, а также с целью улучшения показателей национального платежного баланса.

*С.Н. Дроздова, ст. преподаватель
Е.Н. Бедретдинова, ассистент
БФ БГЭУ (Бобруйск)*

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА

Достижение конкурентоспособности выпускаемой продукции и увеличение объема ее реализации — важная задача для каждого современного предприятия. Для выполнения поставленной задачи предлагается алгоритм оценки конкурентоспособности продукции с помощью метода интегрального показателя и групповой балльной экспертной оценки:

- 1) определяется базовый конкурентоспособный образец;
- 2) проводится оценка качества по выбранной оценочной шкале;
- 3) оценивается согласованность мнения экспертов.

1. Рассчитывается коэффициент вариации по формуле 1 (коэффициент вариации менее 30 % свидетельствует о согласованности мнений экспертов):

$$V_i = \frac{\sigma_i}{\bar{P}_i} 100 \%, \quad (1)$$

где V_i — коэффициент вариации; σ_i — среднее квадратическое отклонение i -го показателя; \bar{P}_i — среднее арифметическое значение показателя i .

2. Рассчитывается среднее арифметическое значение показателя i по формуле 2:

$$\bar{P}_i = \frac{P_1 + P_2 + P_3 + \dots + P_m}{m}, \quad (2)$$

где $P_1, P_2, P_3, \dots, P_m$ — экспертные оценки значения показателей; \bar{P}_i — среднее арифметическое значение показателя i .

3. Рассчитывается среднее квадратическое отклонение i -го показателя по формуле 3:

$$\sigma_i = \sqrt{\frac{\sum_{j=1}^m (P_j - \bar{P})^2}{m-1}}, \quad (3)$$

где m — количество экспертов; j — значение фактических показателей эксперта; σ_i — среднее квадратическое отклонение, показателя i ; \bar{P}_i — среднее арифметическое значение показателя i ;

4) определяется коэффициент важности показателей экспертным методом коллективных балльных оценок по шкале их значимости для потребителей;

5) определяются комплексные показатели качества по формуле 4:

$$Q = \sum_{i=1}^n m_i P_i, \quad (4)$$

где Q — комплексный показатель качества; m_i — коэффициент весомости; P_i — значение показателя i ;

6) определяется уровень конкурентоспособности оцениваемой и базовой продукции по формуле 5:

$$U = \frac{Q}{C}, \quad (5)$$

где U — интегральный показатель; C — цена продукции; Q — комплексный показатель.

В современных рыночных условиях именно обеспечение конкурентоспособности является залогом выживаемости и основой стабильного положения предприятия.

***Н.Н. Жилинская, канд. экон. наук, доцент
ГИУСТ БГУ (Минск)***

ГЕНДЕРНЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Все возрастающий в мире интерес к гендерным проблемам имеет глубокие корни. Различие между мужчинами и женщинами является самым фундаментальным различием между индивидуумами. Традиционно считается, что мужчинам присущи активность, решительность, стремление к соревнованию и достижению цели, способность к творчеству, рассудительность, женщинам — пассивность, зависимость, нерешительность, эмоциональность, уравновешенность. Гендерные роли измен-