

тику. А для этого необходимо изучать, обобщать и внедрять передовые технологии, используемые в разных экономических системах, в том числе такую передовую методику, как франчайзинг.

ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рафеева Е., Бобруйский филиал БГЭУ

С переходом экономики на рыночные механизмы хозяйствования происходит усложнение экономических связей, наблюдается динамичное развитие хозяйственной деятельности предприятий, требующее новых подходов к разработке и производству изделий. Товаропроизводители должны строить свою деятельность исходя из главного принципа: наиболее полно удовлетворять требования потребителя. Этого можно достичь только при производстве экономически эффективной, качественной и конкурентоспособной продукции, которая и определяет финансовое благополучие предприятия.

Таким образом, одной из важнейших проблем отечественных предприятий является качество и конкурентоспособность производимой продукции. Данная проблема предполагает формирование принципиально новых подходов к исследованию и оценке аспектов конкурентоспособности продукции. Конкурентоспособность изделия - это комплексный показатель, характеризующий степень его возможности удовлетворять требования потребителей на рынке и при этом сохранять и увеличивать реальные доходы производителя данного товара. Конкурентоспособный товар - это товар, который не только превосходит аналоги по потребительским свойствам, но и удовлетворяет потребителей по цене.

Основной целью исследования конкурентоспособности товара является определение соответствия характеристик товара требованиям и запросам потребителей и степени их конкурентоспособности по отношению к конкурирующим товарам.

В процессе исследования конкурентоспособности необходимо оценить анализируемый товар по отношению к товару-аналогу. При этом могут применяться дифференциальный, комплексный и смешанный методы.

Дифференциальный метод основан на использовании единичных (технических и экономических) параметров анализируемой продукции и потребностей, при их сопоставлении.

Комплексный метод основан на применении комплекса показателей (групповых, обобщённых, интегральных) или сопоставлении удельных полезных эффектов анализируемой продукции и образца.

Смешанный метод основан на совместном применении единичных и комплексных показателей.

Исследование конкурентоспособности товара предполагает оценку уровня конкурентоспособности товара. Оно начинается с обоснования или уточнения целей и задач по её достижению; далее, определив цель, переходят к сбору информации и комплексному исследованию рынка, потребителей и конкурентов, на основании чего определяют требования к товару - эталону и выбирают параметры его оценки. При этом, прежде всего, анализируются такие показатели качественных параметров, как нормативно-производственные, консументные и классификационные. Далее производится оценка экономических параметров конкурентоспособности, которая связана с определением цены потребления анализируемого изделия и сравнением её с ценой потребления товара конкурента.

Успех товара на рынке определяют также и маркетинговые факторы, которые могут быть либо причиной шанса, либо риска при выходе на рынок. Единичные и групповые показатели по маркетинговым параметрам могут быть рассчитаны аналогично качественным и экономическим.

После определения общих показателей конкурентоспособности по вышеперечисленным параметрам рассчитывается интегральный показатель уровня конкурентоспособности по отношению к аналогу.

В результате проведенной оценки конкурентоспособности изделия производитель принимает решение: выходить с данным товаром на рынок или нет. Для достижения успеха на конкретном сегменте рынка товаропроизводитель должен учитывать также факторы, определяющие конкурентоспособность и эффективность товара на каждом из этапов его жизненного цикла.

Таким образом, исследование и оценка конкурентоспособности товара и проведение мероприятий по её повышению должны быть нацелены на формирование привлекательности и преимуществ товара на стадии разработки, производства, распределения, сбыта и послепродажного обслуживания, так как конкурентоспособность товара является фактором, определяющим конкурентоспособность предприятия.

ПРОБЛЕМА БЕЗРАБОТИЦЫ В Г. ПИНСКЕ: РЯД ОТЛИЧИТЕЛЬНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ И СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Рыбак Е.,

*Институт управления
и предпринимательства, Пинск*

Особенной чертой экономического развития Республики Беларусь является то, что несколько лет назад понятие «безработица» не существовало. Лишь после введения в силу Закона «О занятости населения Республики Беларусь» в 1991 г. в стране была официально признана безработица, что можно связать с началом перехода республики к рыночным отношениям. Проблема стоит особенно остро, так как осуществляется переход от децентрализованной экономики к системе свободного рынка. Исторический опыт учит, что определенный процент безработных должен существовать всегда. На данный момент в РБ существует 2 % зарегистрированных безработных. Столь низкий уровень связан с административным контролем над количественными параметрами и отражает состав безработных на вторичном рынке труда. Реаль-