

привлеченных вкладов, учитывая, что проще выгодно разместить избыточно привлеченные средства, чем найти приемлемое финансирование для потенциально возможных активных операций.

*Помаз И.В., БТЕУПК (Гомель)*

## **РАЗВИТИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ**

В большинстве на предприятиях отсутствуют отделы маркетинговых исследований, а там где они есть, число их сотрудников невелико, и они заняты выполнением оперативной работы. Успешно реализуются лишь частные информационные задачи. Меньше всего в современной практике предприятий уделяется внимание решению задач, имеющих информационно-аналитический характер.

Многие менеджеры выражают неудовлетворение качеством и объемом поступающей информации. Одна из главных проблем - неумение определить практически важную для предприятия информацию. Как следствие - избыток данных, их бесполезность, а также недоступность и низкая достоверность действительно необходимых данных.

Основными направлениями совершенствования информационного обеспечения маркетинга являются: устранение монополии в области информационного обеспечения; стимулирование и государственная поддержка частного сектора в информационной сфере; создание единого в рамках СНГ информационно-справочного фонда, единой информационной инфраструктуры и сети центров обслуживания малого и среднего бизнеса; организация региональных маркетинговых информационных центров в областных городах и отделов маркетинга в существующих центрах поддержки предпринимательства.

*Попков М.В., БГЭУ (Минск)*

## **ПРИМЕНЕНИЕ «ЗАКОНА ПАРЕТО» В ТОРГОВЛЕ**

Многие организации выстраивают свою тактику в конкурентной борьбе на рынке, больше доверяя практическим знаниям, чем достижениям науки. В то же время рационально используемые теоретические разработки могут принести в деле повышения экономической эффективности значительно больше успехов. Особенно это характерно для торговых организаций, которые традиционно работают с широким товарным ассортиментом, постоянно его углубляя и увеличивая число поставщиков, что не всегда является фактором улучшения экономической ситуации. Не исключая традиционные пути увеличения прибыли, следует обратить внимание при выработке новых управленческих решений по повышению эффективности работы торговых организаций на ряд научных разработок, широко известных в западной экономике. Оптимизацию ассортимента можно проводить используя «закон Парето».

Возможность использования «закона Парето» имеется и в оптовой торговле. Зачастую экономически нецелесообразно использовать весь арсенал своих возможностей для наибольшего удовлетворения потребностей клиентов. Однако опасения, что при этом клиент уйдет к конкуренту, провоцируют многие организации на неоправданное увеличение издержек, имеющих место при сохранении любой ценой своего или обретении нового круга клиентов. Возможно, что амбициозная цель по тотальному охвату целевых

потребителей в принципе достижима, однако только на некоторый период времени, со значительными усилиями и большими издержками. Поэтому смещение баланса в сторону больших расходов, для удовлетворения потребностей клиентов не способствует долговременному выполнению подобных договорных обязательств. Основным эффектом «закона Парето» является реальная возможность экономии времени и собственных ресурсов. Это достижимо, если иметь на вооружении правило «20/80», из которого следует, что не всегда экономически оправдано стремиться к стопроцентному результату в какой-либо области деятельности. В большинстве случаев вполне достаточно воспользоваться теми 20%, от которых зависит удачное приложение усилий и ресурсов, чтобы обрести 80% требуемого результата. Чтобы сделать процесс работы более эффективным, необходимо по правилу «20/80» выделять области по их значимости или важности.

*Праневич А.А., БГЭУ (Минск)*

## **ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

Конкурентоспособность как экономическая категория отражает многоуровневый противоречивый процесс, обусловленный как объективными и субъективными признаками экономических отношений, так и факторами ее формирующими.

Проблема достижения и повышения конкурентоспособности экономики - одна из основных для всех стран мира. Эта тема остается главной и для развитых стран уже в течение последних 20 лет. В Беларуси все четче и четче в основополагающих документах правительства и в решениях субъектов хозяйствования проявляется понимание проблемы.

Решение проблемы во многом обусловлено правильным пониманием и управлением факторами, обуславливающими конкурентоспособность.

Проведенный анализ основных групп факторов, оказывающих существенное влияние на формирование характеристик конкурентоспособности, позволил выделить их приоритетность для управления, классификационные признаки, что дает возможность при умелой комбинации факторов обеспечить повышение конкурентоспособности субъектов хозяйствования, товаров, отраслей, а тем самым и национальной экономики в целом.

Определяя конкурентоспособность организации как возможность эффективной хозяйственной деятельности в условиях конкурентного рынка, в качестве основных детерминантов ее повышения (снижения) могут выступать: наличие необходимых факторов производства (трудовых интеллектуальных, производственных, финансовых) — спрос на производимую продукцию, комплексность развития в регионе конкурентоспособных поддерживающих отраслей, необходимых для функционирования производства, активная конкурентная борьба на местном рынке, способствующая выбору эффективной стратегии организации; институциональные положения, способствующие или препятствующие развитию производства; содействие оперативному использованию новаций, использование изменений среды для генерации новаций (влияние случая). При этом факторы, формирующие конкурентоспособность организации, можно разделить на две основные группы в зависимости от направления влияния - внешние и внутренние. К внешним факторам относятся: уровень конкурентоспособности страны, степень и характер государственного регулирования экономики, уровень конкурентоспособности отрасли, условия конкуренции на рынке данного товара, условия конкуренции на рынках всех видов ресурсов, обменный курс валют, процентная ставка и другие. Внутренними