

Заслуживает внимание опыт России по страхованию рисков, связанных с ценными бумагами. При этом используются такие варианты страхового покрытия как страхование годового дохода инвестора на уровне безрисковых вложений капитала; страхование дохода инвестора по долгосрочным ценным бумагам на определенный период; страховые разницы между объявленным размером дивиденда и фактическими выплатами; страхование риска потери капитала в размере номинальной стоимости ценных бумаг или фактически уплаченных сумм, а также полученная прибыль исходя из условий безрискового вложения капитала.

*Шеробурко Е.Н.
БРУ (Могилев)*

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Роль и значение качества постоянно возрастает под влиянием развития технологий производства и потребностей человека. Качество продукции предприятия становится одним из важнейших факторов, определяющих ее конкурентоспособность. В связи с этим управление качеством должно стать одним из приоритетных направлений деятельности предприятия.

Сущность управления качеством отражают следующие основные принципы:

- достижение заинтересованности руководства высшего звена;
- создание руководящего совета по улучшению качества;
- вовлечение всего руководящего состава;
- обеспечение коллективного участия в повышении качества;
- обеспечение индивидуального участия в повышении качества;
- создание групп совершенствования систем, регулирования процессов;
- более полное вовлечение поставщиков в борьбу за качество;
- обеспечение качества функционирования системы управления;
- краткосрочные планы и долгосрочная стратегия улучшения работы;
- создание системы признания заслуг.

Указанный перечень получен в результате изучения многочисленных процессов улучшения деятельности в организациях и на предприятиях в развитых странах, а также обобщением опыта передовых отечественных предприятий. Как правило, процессы совершенствования деятельности предприятий в области управления качеством результативны, однако обязательным условием их эффективности является комплексный подход к организации.

*Шестопалова О.А.
УОБГЭУ (Минск)*

КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ МЯСОПРОДУКТОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Конкуренция – ключевое понятие, выражающее сущность рыночных отношений. Для маркетинга конкуренция – среда обитания, естественная и необходимая для функционирования и развития рынка, которая, в свою очередь, выступает одновременно фактором и следствием маркетинговой деятельности.