

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.

Чтобы добиться успеха, предприятию необходимо исследовать конкурентную среду, в которой оно действует: конъюнктуру рынка, потенциальных и реальных конкурентов. Конкурентная стратегия базируется на понимании структуры отрасли, тенденции ее изменения, а, следовательно, и на логике ее развития. При формировании стратегии развития необходимо ориентироваться именно на конкурентную структуру отрасли: искать слабые места в позициях конкурентов и проводить «маркетинговые атаки», нацеленные именно на эти слабости в силу того, что, несмотря на абсолютный рост объемов внутреннего товарного рынка и его насыщенность обостряется конкуренция среди производителей за его долю.

Рынок мясных продуктов является одним из основных рынков продовольственных товаров Республики Беларусь. Покупателями и конечными потребителями готовой продукции являются как посреднические структуры, так и непосредственно домашние хозяйства. Производство мясопродуктов – социально значимая отрасль, пользующаяся поддержкой государства. Полный ассортимент мясной продукции поставляют на рынок преимущественно государственные мясоперерабатывающие предприятия Республики Беларусь. Среди них – предприятия по переработке скота и мяса, производству колбасных изделий, мясных консервов и полуфабрикатов, детского питания. Производимая и предлагаемая рынку продукция в значительной степени дифференцирована: мясо и субпродукты, колбасные изделия, полуфабрикаты, мясные консервы, детское питание, продукты переработки. За каждым мясокомбинатом республики закреплено по 2-4 административных района с животноводческими предприятиями, что свидетельствует о привязанности мясоперерабатывающих предприятий к сырьевым зонам. Кроме того, технология производства мясопродуктов достаточно консервативна, что порождает недостаточную гибкость производственного процесса. В целях повышения продуктивности и конкурентоспособности отрасли предполагается сконцентрировать основные объемы производства животноводческой продукции на крупных фермах, комплексах и птицефабриках – что свидетельствует о сужении возможностей на пути вступления на рынок новых участников. Выделяют группы субъектов рынка, имеющие не только устойчивые конкурентные преимущества, но и слабый потенциал.

Сложившаяся конкурентная ситуация на рынке мясопродуктов позволяет охарактеризовать его как зрелый со сложившимся уровнем конкуренции и четко очерченными конкурентными позициями мясоперерабатывающих предприятий, свидетельствующими о высокой интенсивности конкуренции. При этом для него характерны признаки несовершенной конкуренции. На уровне республики в целом его можно описать как рынок монополистической конкуренции с наличием сравнительно большого числа предприятий, производящих дифференцированную продукцию. Кроме того, в силу специфики производства в каждом регионе республики работают преимущественно местные производители. Естественные рычаги рынка – конкуренция и выгода в масштабах страны пока задействованы слабо. Поэтому на местном (областном) уровне его можно описать как рынок олигополии.

*Шехова О.Н.  
УО БГЭУ (Минск)*

## **РЕЙТИНГ БАНКОВ КАК ЭЛЕМЕНТ PR**

Банк выступает как производитель финансовых услуг и его важнейшие задачи – создание системы продаж данных услуг, организация продвижения, торговли и сбыта