

- характеризующие степень риска при выходе на рынок.

Процесс оценки показателей привлекательности рыночных условий включает в себя:

- формирование перечня показателей;
- определение уровня их значимости;
- выбор критерия проверки;
- определение критической области по уровню значимости и критерию проверки;
- расчет фактического значения показателей для данной выборки;
- выбор варианта маркетингового решения.

Для оценки показателей часто рассчитываются индексы их оценки критериев, упорядочения, осуществляется их взвешивание, оптимизация.

Маркетинговый анализ позволяет выявить показатели привлекательности рыночных условий:

- нормативно - правовые;
- финансово - экономические;
- ресурсные;
- рыночные;
- стратегические.

К.В. Добрянский
БГЭУ (Минск)

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ КОНЬЮНКТУРЫ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

В настоящее время практически во всех странах мира стремительно развивается сектор электронной коммерции, который в самом широком смысле включает в себя все разнообразие форм деловой активности и обмена информацией между компаниями и частными лицами, осуществляемых посредством сети Интернет. Происходит активная конвергенция интернет-сферы и отраслей традиционного материального производства. Увеличение значимости интернет-сектора ставит вопрос о разработке новой методики маркетинговых исследований деятельности традиционных отраслей в Интернете, которая позволяла бы объективно оценивать состояние рыночной конъюнктуры, финансовое состояние предприятий ведущих бизнес (полностью или частично) через Интернет. Эффективная методика конъюнктурных исследований способствовала бы принятию

четких инвестиционных решений, а также в определенной степени предохраняла бы рынок от резких изменений. До сих пор подобных методик в научной и деловой литературе не предлагалось. Исходя из особенностей интернет-сферы (мобильность, низкие издержки, высокая конкуренция) можно предложить следующую последовательность маркетинговых исследований: исследование рынка/отрасли в целом; анализ ведущих компаний в национальной и глобальной интернет-среде; прогнозирование перспектив развития. Методика исследования рынка/отрасли в целом существенно не отличается от общепринятых. Изучение ведущих компаний в национальной и глобальной интернет-среде включает изучение специализированных отраслевых ресурсов, которое позволяет оценить, насколько широко отрасль представлена в Интернете, сколько компаний используют в своей работе Интернет и какие механизмы компании используют. С помощью количественных методик определяется: какая часть компаний используют электронную почту; сколько компаний работают в Интернете; сколько из них имеют собственные ресурсы; какой процент компаний регистрируется в универсальных или тематических каталогах. Рассматриваются решения, применяемые компаниями для информирования о своей деятельности и продукции. Оценивается: регистрация фирм в специализированных отраслевых каталогах; размещение новостей на информационных площадках; использование других площадок для организации процессов продаж в Интернете. Также оцениваются качественные характеристики ресурсов компаний по двум направлениям: качество и ценность ресурса, организация системы деятельности компаний в Интернете, частота использования отраслью Интернета для информирования о событиях. Оцениваются ресурсы отдельных компаний по категориям – клиентская ценность, качество (дизайна, навигации, потребительской ценности) и ценность ресурса в рамках данной отрасли (актуальность ресурса в зависимости от развития отрасли в Интернете на настоящий момент). Кроме того, помимо такого важного показателя, как посещаемость сайта, при анализе отдельных компаний необходимо использовать специальные коэффициенты финансового анализа: коэффициент P/R (отношение рыночной капитализации компании к выручке); удельный вес компании (или ее товара) в обороте рынка (уровень ее рыночного проникновения); приведенную стоимость одного покупателя (дисконтированный поток прибыли от одного нового клиента с учетом среднего периода, пока клиент делает покупки); коэффициент OCR (order conversion rate) – соотношение количества покупок к количеству посетителей сайта; отношение рыночной стоимости компаний электронной коммерции к числу пользователей; отношение рыночной стоимости компании к доле рынка; отношение выручки к числу под-

писчиков. При прогнозировании перспектив развития – с учетом проведенного выше исследования, строятся прогнозы на спрос и предложение услуг отрасли в Интернете в дальнейшем.

Т.Н. Долинина

Белорусский государственный технологический университет (Минск)

КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В современных условиях предприятия вправе самостоятельно решать вопросы оплаты труда. При этом любые изменения в системе оплаты труда на предприятии должны иметь соответствующее обоснование и опираться на результаты анализа действующей организации оплаты труда. Однако в отечественной экономике вопросы оценки системы оплаты труда получили развитие в основном в направлении анализа трудовых показателей. Методики же комплексного анализа систем оплаты труда отсутствуют как таковые. Вместе с тем сегодня потребность в создании таких методик существует.

В рамках методики комплексного анализа системы оплаты труда на предприятии, на наш взгляд, следовало бы выделить следующие направления: анализ организации оплаты труда, анализ трудовых показателей, социологический анализ.

Анализ организации оплаты труда предполагает проведение качественной оценки системы оплаты труда на предприятии по следующим составляющим:

- анализ нормативно-правового обеспечения организации оплаты труда, предполагающий изучение и сопоставление документов, регламентирующих организацию оплаты труда на предприятии с целью оценки их последовательности, непротиворечивости, а также границ возможностей предприятия по регулированию оплаты труда;
- анализ нормирования оплаты труда, предполагающий оценку состояния нормирования труда на предприятии и его роли в организации оплаты труда;
- анализ применяемой тарифной системы оплаты труда, предполагающий оценку ее параметров и соответствия функциям, возлагаемым на тарифную систему;
- анализ форм и систем оплаты труда, предполагающий оценку их соответствия особенностям производственного процесса;