

во в пользу более эффективного собственника. Так, по данным Всемирного Банка, данная процедура позволяет вернуть порядка 90 центов с одного доллара при возмещении долгов с ликвидируемого предприятия в странах с развитым институтом банкротства (Япония, Сингапур, Финляндия), против 11,9 центов в Республике Беларусь. Это позволяет заниматься реализацией новых бизнес-проектов при накоплении долгов и упущенной прибыли в РБ, где время прохождения через процедуру банкротства составляет 5,8 лет против 0,4 года в Ирландии.

В заключение следует отметить, что решить проблему неплатежей, кризисных предприятий, структурной перестройки экономики и повышения эффективности ее функционирования можно путем проведения рациональной макроэкономической политики, упрощения процедуры банкротства и полной реализации существующих возможностей института банкротства (с учетом изменений, отвечающих требованиям времени).

Литература:

1. Банкротство в Республике Беларусь – <http://www.kay.by>
2. Высший Хозяйственный Суд Республики Беларусь – <http://www.court.by>

РАСЧЕТ ИТОГОВОГО ПОКАЗАТЕЛЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗА ПРИ ПРОВЕДЕНИИ КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Н.Е. Шумко

БФ ЧУО «ИСЗ им. Широкова», Брест, Республика Беларусь

Всякое развитие фирмы (в нашем случае ВУЗа), представляет собой результат воздействия ряда факторов. В настоящее время весьма необходима всеобъемлющая классификация факторов эффективности образования, учитывающая выделение как обобщающих, так и частных показателей.

Любое управление начинается с оценки достигнутого состояния и динамики развития того или иного процесса. Повышение уровня обоснованности управления требует разработки методики оценки хозяйственной деятельности ВУЗа и отдельных показателей.

Проведение оценки конкурентоспособности преследует цель: определить положение ВУЗа на рынке образовательных услуг. Совершенно очевидно, что достижение этой цели возможно лишь при наличии оперативной, объективной, комплексной методики оценки конкурентоспособности ВУЗа.

Комплексная оценка конкурентоспособности ВУЗа представляет собой его характеристику, полученную в результате комплексного исследования, т.е. одновременного и согласованного изучения совокупности показателей, отражающих все (или) многие аспекты хозяйственных процессов, и содержащую обобщающие выводы о результатах деятельности ВУЗа на основе выявленных качественных и количественных отличий от других аналогичных объектов или других возможных вариантов развития.

Одно из обязательных условий для объективной оценки конкурентоспособности ВУЗов – их информированность о рынке, возможностях и поведении конкурентов, нововведениях и о многих других характеристиках, позволяющих иметь полное представление о внешней среде, тенденциях ее развития в текущий момент и в перспективе. Только при таком условии ВУЗ может гарантированно от неприятных неожиданностей и осознанно формировать и осуществлять свою деятельность, умело противостоять своим конкурентам.

Основным ограничением в достижении цели исследования является то, что комплексную оценку конкурентоспособности можно рассчитать только для тех ВУЗов, которые широко и открыто публикуют свою отчетную информацию.

Предлагаемая методика рейтинговой оценки базируется на комплексном, многомерном подходе к оценке такого сложного явления, как конкурентоспособность вуза. Данная методика является сравнительной, поскольку учитывает реальные достижения всех конкурентов.

Оценка конкурентоспособности вуза относится к типу поликритериальных, поскольку объект оценивается одновременно с использованием нескольких критериев: материально-технической обеспеченности вуза, интеллектуального потенциала вуза, финансового состояния вуза, нетоварные факторы конкурентоспособности.

Для оценки совокупного влияния вышеизложенных факторов на уровень конкурентоспособности вуза строятся многоугольники конкурентоспособности (см. рис.):



Рис. Многоугольник конкурентоспособности ВУЗа

Уровень конкурентоспособности вуза считается тем выше, чем больше площадь многоугольника конкурентоспособности. Таким образом, расчет интегрального показателя конкурентоспособности вуза рассчитывается по следующей формуле:

$$K_{\text{вуза}} = S_{\text{мин}} = \sum_{i=1}^{12} S_{\Delta i} = \sum_{i=1}^{12} \frac{x_i \cdot x_{i+1} \cdot \sin 30^\circ}{2} = \frac{1}{2} \cdot \sum_{i=1}^{12} \left(x_i \cdot x_{i+1} \cdot \frac{1}{2} \right) = \frac{1}{4} \cdot \sum_{i=1}^{12} (x_i \cdot x_{i+1}) \quad (1)$$

При практическом использовании методики площадь многоугольников рассчитывается с помощью программы VBA.

Таким образом, использование комплексной оценки конкурентоспособности вуза позволяет разработать мероприятия по повышению уровня конкурентоспособности вуза на рынке образовательных услуг, а также составить программы оказания новых видов услуг, выбор наиболее востребованных.

ЛИТЕРАТУРА

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.

2. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – 2-е издание, переработанное и дополненное. – М.: Издательство «Финпресс», 2000. – 464с.

МАРКЕТИНГ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

И.С. Шумских

БГЭУ, г. Минск, Республика Беларусь

В условиях рыночных преобразований в экономике Республики Беларусь произошли существенные изменения во всех отраслях народного хозяйства. Ускорение экономического развития государства оказалось невозможным без развития предпринимательства в сфере малого бизнеса. Опыт передовых зарубежных стран свидетельствует о том, что развитие малого бизнеса в этих странах является важным фактором эффективности экономики.

Эффективного развития малого бизнеса можно достичь, если на должном уровне реализовать маркетинг, что позволит учесть множество факторов, влияющих на принятие обоснованных управленческих решений. При этом функции маркетинга, реализуемые относительно производства и продвижения продукции малыми предприятиями, могут быть осуществлены при полной интеграции маркетинга на предприятиях малого бизнеса.

Существующие законодательные акты не оказывают существенного влияния на развитие малого бизнеса. При этом одной из причин тормозящих развитие малого предпринимательства, является недостаточная государственная поддержка, как на макроуровне, так и на региональном и местном уровнях. Отсутствуют льготные условия финансирования малого бизнеса, обеспечение малых предприятий современной техникой и др.

Важным является и то, чтобы органы местного самоуправления оказывали необходимую помощь вновь создаваемым малым предприятиям в приобретении требуемого им технологического оборудования, в получении производственных и складских помещений.

Мировой опыт свидетельствует о том, что около 50% всех нововведений создано на малых предприятиях. Из 61 крупного открытия XX ве-