

Основными вопросами, решаемыми с использованием ассортиментной политики на туристических предприятиях, считаются: наиболее полное удовлетворение потребительских предпочтений, оптимизация финансовых результатов туристического предприятия, использование потенциала предприятия сферы туристических услуг и его отдельных компонентов, привлечение новых потребительских сегментов, применение современных принципов менеджмента и маркетинга.

Формирование ассортимента может осуществляться различными методами, в зависимости от масштабов сбыта, специфики услуги, целей и задач, которые стоят перед туристическим предприятием.

Таким образом, ассортиментная политика представляет собой сферу деятельности руководителя и специалистов туристического предприятия, которая является совокупностью принципов, стратегий и приемов, ведущих к формированию оптимального ассортимента как с точки зрения повышения эффективности туристического предприятия, так и от удовлетворения потребностей клиентов.

УДК 338.46

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО ПОТЕНЦИАЛА ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ

В.А. Клеенков

Белорусский национальный технический университет

В современных условиях вузы Республики Беларусь выступают как субъекты рыночной экономики, предоставляя образовательные услуги на развивающемся рынке учреждений образования. Сегодня все большую актуальность приобретает конкуренция между высшими учебными заведениями. Вопросами изучения конкурентоспособности занимается множество отечественных и зарубежных ученых, в таблице 1 представлены основные трактовки понятия «конкурентоспособность предприятия».

Таблица 1 – Определения понятия «конкурентоспособность предприятия»

ФИО АВТОРА	ОПРЕДЕЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
<i>Г.Л. Азоев, П.С. Завьялов, Л.Ш. Лозовский</i>	способность фирмы, компании конкурировать на рынках с производителями и продавцами аналогичных товаров посредством обеспечения более высокого качества, доступных цен, создания удобства для покупателей, потребителей
<i>Е.С. Русак, Е.И. Сапёжкина</i>	способность создавать и использовать стратегические факторы успеха, выгодно отличающие предприятие от конкурентов и дающие определенные рыночные преимущества выпускаемой продукции
<i>Н.Л. Зайцев</i>	способность предприятия сохранять устойчивое положение на рынке товаров, услуг и т. п
<i>О. Калдыбаев, А. Темирбаев, И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова</i>	экономические, технические, организационные возможности предприятия и его преимущество перед конкурентами
	способность предприятия производить конкурентоспособную продукцию за счет его умения эффективно использовать имеющиеся ресурсы

Под конкурентоспособностью Вуза понимается «комплексная характеристика вуза за определенный период времени в условиях конкретного рынка, отражающая превосходство перед конкурентами по ряду определяющих показателей – финансово-экономических, маркетинговых, материально-технических, кадровых и социально-политических, а также способность вуза к бескризисному функционированию и своевременной адаптации к изменяющимся условиям внешней среды» [3].

Выделяют следующие виды факторов конкурентоспособности (рис. 1). Основным фактором, влияющим на конкурентоспособность вуза является качество образования. Рейтинг вуза – еще один из важных факторов его конкурентоспособности. В настоящее время предлагается большое число рейтингов вузов, которые размещены как в Интернете, так и в СМИ.

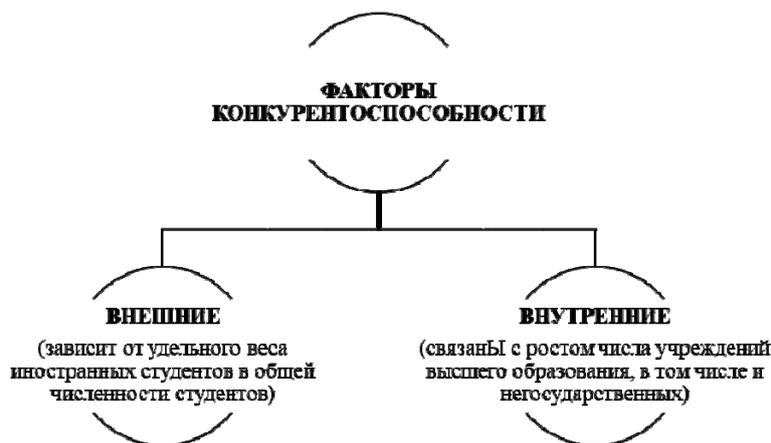


Рисунок 1 – Факторы конкурентоспособности

Для определения мероприятий по повышению уровня конкурентоспособности, сначала необходимо оценить достигнутый уровень. Оценку конкурентоспособности вуза можно произвести, используя методику Х.А. Фасхиева и И.М. Гараева, разработанную на основе цены и конкурентного потенциала, который они определяют, как интегральный показатель, учитывающий квалификацию профессорско-преподавательского состава, развитость научно-методической и материально-технической базы вуза, широту охвата областей подготовки и качество подготавливаемых специалистов [3]. Перечень критериев, используемых для оценки конкурентного потенциала вуза, с целью систематизации можно разбить на пять групп, согласно вышеприведенным критериям Руководящего документа Республики Беларусь «Система стандартов в сфере образования. Система оценки соответствия» и данным анкетирования: качество системы образования; квалификационный потенциал профессорско-преподавательского состава; развитие научно-методической базы; уровень материально-технической базы; охват областей подготовки специалистов [3].

Таким образом в рамках разработанного методического подхода к оценке конкурентоспособности Вуза необходимо относить стоимость обучения, развитию материально-технической базы, квалификационный потенциал профессорско-преподавательского состава и охват областей подготовки специалистов как один из основных критериев конкурентоспособности учреждений высшего образования.

Список использованных источников

1. Плаксий С.И. Парадоксы высшего образования. – М.: Национальный институт бизнеса, 2005. – 424 с. – С. 146.
2. Менеджмент, маркетинг и экономика образования. Учебное пособие, 2-е изд., перераб. /Под ред. А.П. Егоршина, Н.Д. Никандрова. – Н.Новгород: НИМБ, 2004. – 526 с. – С. 61.
3. Гарчук И.М. Оценка конкурентного потенциала и конкурентоспособности высшего учебного заведения [Электронный ресурс] / Вестник Брестского Государственного технического университета. – 2010. – № 3 – Брест, 2010. – Режим доступа: <https://rep.bstu.by/bitstream/handle/data/4739/21-24.pdf?Sequence=one&isAllowed=y>. Дата доступа: 27.09.2020

УДК 338.92

ПРИМЕНЕНИЕ КЕЙНСИАНСКОЙ ДОКТРИНЫ ПРИ РАЗРАБОТКЕ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ

А.А. Коган

Белорусский государственный университет

Современная экономическая наука представляет собой совокупность большого числа научных направлений, которые продолжают динамично развиваться, пытаясь разрешить внутренние противоречия и наилучшим образом объяснить явления, происходящие в экономике.