

где $Tr_{ВДСij}$ – темп роста валовой добавленной стоимости, созданной в i -м виде экономической деятельности в j -м регионе;

$Tr_{ВДСj}$ – темп роста валовой добавленной стоимости в j -м регионе.

Аналогичным образом рассчитываются частные коэффициенты, характеризующих тенденции к опережающему развитию по занятости ($O_{3ij}, O_{3(p)ij}$), количеству организаций ($O_{Kij}, O_{K(p)ij}$), инвестиций ($O_{Иij}, O_{И(p)ij}$).

На втором этапе рассчитывается интегральный коэффициент перспектив интеграционного развития (ПИР) i -го вида экономической деятельности в j -м регионе, определяемого как среднее геометрическое рассчитанных на предыдущем этапе частных коэффициентов:

$$ПИР_{ij} = \sqrt[8]{O_{ВДСij} \cdot O_{ВДС(p)ij} \cdot O_{3ij} \cdot O_{3(p)ij} \cdot O_{Kij} \cdot O_{K(p)ij} \cdot O_{Иij} \cdot O_{И(p)ij}}$$

Перспективными с точки зрения интеграционного развития в регионе будут считаться виды экономической деятельности, значения интегральных показателей ПИР которых больше единицы. Чем выше значение показателя, тем более благоприятные возможности для интеграционного развития в данном виде экономической деятельности в данном регионе.

На четвертом этапе анализируется динамика интегральных коэффициентов ПИР видов экономической деятельности в регионе за ряд лет.

Заключительная оценка перспектив интегрального развития i -й вида экономической деятельности в j -м регионе (стране), включающая сравнительный анализ интегральных коэффициентов ПИР видов экономической деятельности в регионах (странах), и определение наиболее перспективных направлений интеграционного развития регионов и наиболее благоприятной географической локализации различных видов экономической деятельности.

Учитывая существенную вариацию значений интегрального коэффициента ПИР в течение анализируемого периода, логично будет сделать вывод, что точность оценки перспектив интеграционного развития видов экономической деятельности в регионах будет повышаться при использовании усредненных значений интегрального коэффициента ПИР за несколько лет.

Интеграционный процесс является сложным и носит длительный характер. Ему присущи не только позитивные, но и негативные явления (например, большое число изъятий и ограничений), определяемых фрагментацией современного мира, совпадением или отличием интересов субъектов международных отношений. Тем не менее без сотрудничества и невозможно сохранить стабильность, реформировать экономику, обеспечить безопасность, интегрироваться в мировое сообщество.

УДК 338.24

АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА НА ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Д.Д. Клев

Белорусский национальный технический университет

В настоящее время управление ассортиментной политикой считается одним из самых важных направлений в деятельности туристического предприятия. В частности, это направление становится значимым в современных условиях перехода к рыночной экономике, когда потребители предъявляют высокие требования к туристическим услугам, а все экономические показатели туристического предприятия и его часть на рынке сбыта зависят от эффективности работы с предоставляемыми услугами.

Ассортиментная политика для туристических предприятий рассматривается как часть единой политики формирования предложений для потребителей. Она выделяет следующие составляющие: соотношение типов групп туристических услуг; соотношение предоставляемых туристических услуг.

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;</i>	экономические, технические, организационные возможности предприятия и его преимущество перед конкурентами
<i>И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова</i>	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.