

покупателей.

Важным фактором повышения конкурентоспособности товара на рынке является создание имиджевой рекламы, т.е. рекламы, направленной на формирование у потребителей представления о фирменном товаре. В западной практике идея фирменности, исключительности товара носит название «бренд-имидж» (от англ. brand -марка), а технология создания такого товарного имиджа - брендингом.

Брендинг -- это деятельность по созданию долгосрочного предпочтения к товару, основанная на совместном усиленном воздействии на потребителя товарного знака, упаковки, рекламных сообщений, материалов и мероприятий сейлз промоушн, а также других элементов рекламной деятельности, объединенных определенной идеей и характерным унифицированным оформлением, выделяющим товар среди конкурентов и создающим его образ.

ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ КЛАСТЕР–ОРИЕНТИРОВАННОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ В БЕЛАРУСИ

А.Г. Безрученко

Научный руководитель – к.э.н. *В.В. Валетко*

Белорусский государственный технологический университет

На данном этапе внешний рынок насыщен товарами высокого качества, цены на них снижаются под воздействием конкуренции. В условиях приближения ценовых пропорций к мировым и прозрачности границ предприятия Беларуси проигрывают конкуренцию, если не смогут предложить конкурентоспособный товар.

В настоящее время, поддерживая промышленность, государство выделяет разнообразные дотации, кредиты, вводит квоты для импортируемого товара, устанавливает таможенные пошлины и нетарифные ограничения для защиты собственных предприятий. Путь чрезмерного протекционизма снижает уровень жизни населения, которое вынуждено потреблять более дорогие товары, и в долгосрочной перспективе бесперспективен. При увеличивающейся степени глобализации мировой экономики и той скорости, с которой развиваются технологии и подходы в организации производства, наше государство будет терять драгоценное время, что приведет к увеличению отставания от развитых стран мира. Поэтому важно, чтобы промышленная политика Беларуси опиралась на рыночные механизмы, в том числе на опыт в сфере развития промышленных кластеров (industrial cluster).

Кластер – это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере и характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга. Кластер объединяет несколько десятков, а порой даже сотен компаний, которые работают в одной сфере. В кластер входят высшие образовательные заведения, научно-исследовательские институты, лаборатории, компании поставщики и компании производители, а также могут входить компании смежных областей деятельности кластера, которые непосредственно не участвуют в нем, но зависят от его благополучия. Подобного рода объединения получают конкурентные преимущества. Эти преимущества вытекают из того, что компании, входящие в данный кластер минимизируют свои издержки вследствие того, что пользуются совместным опытом, передовой и свежей информацией, которую намного легче получить в пределах кластера, близостью расположенных высококачественных человеческих ресурсов, а также современных и передовых технологий, которые они могут как получать, так и разрабатывать сами. Кластеры привлекают инвестиции извне, что благоприятнейшим образом сказывается на состоянии экономики страны. Кластеры несут инновации, являются гибкими системами в конкурентной борьбе, но для этого необходимо, чтобы каждый член кластера чувствовал ответственность за свою деятельность, что возможно только в условиях рынка и преобладания частной собственности. Наибольшую роль играют связи между предприятиями, которые не только должны быть хорошо налажены, но и активно использоваться. Именно отлаженные связи являются основой возникновения конкурентного преимущества.

Роль государства при подобном рода образования сводится к созданию оптимального климата, который создается не сверху, а задается самим кластером, а также поддержанию макростабильности экономики. Чтобы формировать механизмы поддержки развития подобного рода образований требуется детально изучить существующие отрасли, предприятия из которых они состоят, структуру выпускаемой продукции, а также исследовать связи между предприятиями, которые предположительно могут входить в «скрытый кластер».

ОЦЕНКА ИЗЛИШНЕЙ ЗАНЯТОСТИ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ БЕЛАРУСИ

С.С. Лапчук

Научный руководитель – к.э.н. *В.В. Валетко*

Белорусский государственный технологический университет

В настоящее время на предприятиях Беларуси остро стоит проблема эффективного использования трудового потенциала. Особенно негативное влияние на показатели деятельности предприятия оказывает избыточная занятость, которая образовалась в ходе промышленного спада в 1992–1995 гг., когда темпы снижения роста производства не сопровождались пропорциональным снижением промышленно-производственного персонала (ППП). Как результат на предприятиях распространена практика неполной занятости, а также административных отпусков по инициативе нанимателя. Цель оценки избыточного количества персонала на предприятии – определение возможного количества персонала, который необходимо сократить на предприятии, что даст возможность уменьшить издержки предприятия (расходы на заработную плату) и снизить себестоимость продукции. Неполная вынужденная занятость – это временная недогрузка трудового потенциала предприятия. Количественно она является составной частью избыточной занятости или, другими словами скрытой безработицы. Проблема избыточной занятости может рассматриваться как реакция на недопущение массовых сокращений.

Избыточную занятость, связанную с потерями рабочего времени можно рассчитать как отношение суммы численности рабочих, находившихся в отпусках по инициативе администрации, и численности работников, работавших в режиме неполного рабочего дня, к среднесписочной численности ППП. Этот показатель необходимо умножить на корректировочный коэффициент, который учитывает продолжительность отпусков и работы в режиме неполного рабочего дня.

Избыточная занятость, отражаемая затратами труда на производство не находящей спроса продукции – это отношение объема нереализованной продукции к средней производительности труда одного работника и к среднесписочной численности ППП.

Общая величина избыточной занятости определяется как сумма избыточной занятости, связанной с потерями рабочего времени и избыточная занятость, отражаемой затратами труда на производство не находящей спроса продукции.

Приведем пример расчетов по итогам 2001 г. По оценкам, численность работников промышленности, находившихся в отпусках по инициативе администрации и работавших в режиме неполного рабочего дня в 2001 г. составила 72% от таковых по экономике или 332 тыс. человек. Это составляло 27,1% от численности занятых в промышленности, равной 1226,7 тыс. человек. Принимая корректирующий коэффициент равным 0,5, избыточная занятость в промышленности, связанная с потерями рабочего времени составит 13,5%. Запасы нереализованной продукции на конец 2001 г. составили 747,9 млрд. руб. (при производстве продукции на сумму 14649,9 млрд. руб. средняя производительность труда составила 12,0 млн. руб.). Тогда избыточная занятость составит 5,1% ППП. Таким образом, даже расчеты на основе официальной статистики дают показатель избыточной занятости в промышленности 18,6%.

Проблема избыточной занятости может разрешиться лишь в ходе реструктуризации предприятий. Реструктуризация промышленности, ведущая к повышению эффективности использования ресурсов, является ключевым фактором повышения конкурентоспособности страны на мировом рынке.