

ники является патентный поиск в сети Интернет. Определение патентной чистоты технического решения на территории Республики Беларусь можно эффективно провести при помощи информационно-поисковой системы, имеющейся на сайте Национального центра интеллектуальной собственности (<http://www.belgospatent.org.by>). Патентный поиск на территории Соединенных Штатов Америки можно провести на сайте USPTO Patent full-text and image database (<http://uspto.gov>). Использование сети Интернет позволяет эффективно проводить патентный поиск и на территории других стран с использованием баз данных, имеющихся на сайтах патентных ведомств этих стран.

Установление патентной чистоты продукции позволяет избежать ответственности за возможное нарушение прав, вытекающих из патентов, действующих на территории той страны, в которой предполагается реализация данной продукции. Исследование на патентную чистоту заключается в отыскании действующих в данной стране патентов, имеющих отношение к продукции, их анализе, а также изучении обстоятельств, которые могли бы способствовать беспрепятственной реализации продукции на данном рынке.

УДК 658.5

## **АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ЗНАМЯ ИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ»)**

Студ. Чуракова А.А., к.э.н., доц. Коробова Е.Н.  
Витебский государственный технологический университет

Развитие рыночных отношений обусловило возникновение конкурентной среды в различных отраслях белорусской экономики. Понятие конкуренции и конкурентоспособности одно из центральных в современной теории и практике стратегического управления.

Показатель конкурентоспособности организации – это результат реализации конкурентных преимуществ, который отражает способность организации адаптироваться к постоянно меняющимся условиям внешней и внутренней среды и выступает условием ее эффективного функционирования.

На конкурентоспособность организации в условиях рынка влияют внешние и внутренние факторы. К внешним факторам относятся: меры государственного воздействия (экономического характера, административного характера); основные характеристики рынка (тип и емкость рынка, конкуренты и их возможности, состав и структура трудовых ресурсов); деятельность общественных и негосударственных институтов. К наиболее важным внутренним факторам, определяющим уровень конкурентоспособности организации, относятся: доля завоеванного рынка; качество менеджмента; степень защищенности конфиденциальной информации; репутация (гудвилл) организации и пр.

Отечественная швейная промышленность насчитывает более 180 предприятий и производств, из которых 25 наиболее крупных входят в состав концерна «Беллепром». Основными конкурентами ОАО «Знамя индустриализации» на внутреннем рынке страны, производящими однородную продукцию являются:

- ОАО «Элема» г. Минск;
- ОАО «Коминтерн» г. Гомель;
- ОАО «Славянка» г. Бобруйск;
- ОАО «БелКредо» г. Новогрудок;
- ЗАО «Кис» г. Витебск.

К сильным сторонам ОАО «Элема» (г. Минск) можно отнести профилирование на выпуске женского пальто. Организация имеет современное оборудование и технологии. ОАО «Элема» считается монополистом на рынке РБ по выпуску женского пальто (доля рынка организации составляет около 80 %).

Сильными сторонами ОАО «Коминтерн» (г. Гомель) является то, что организация полностью специализируется на выпуске мужского костюма, пиджака и брюк. Предприятию не приходится перестраивать линии для выпуска новых видов продукции, на предприятии работают квалифицированные работники, которых не надо переучивать. За каждым работником закреплены операции, которые он выполняет постоянно.

Сильными сторонами ОАО «Славянка» (г. Бобруйск) является то, что организация специализируется на выпуске спортивной одежды. Это также не требует времени на переобучение персонала, перестройку линий и т.д.

Слабые стороны конкурентов схожи: все предприятия, входящие в концерн, нуждаются в закупке нового оборудования, у них отсутствуют свободные средства для развития, слабые инновационные способности, низкое стремление к развитию и совершенствованию.

По результатам проведенного анализа конкурентов, считается, что ОАО «Знамя индустриализации» целесообразно сконцентрироваться на производстве женской деловой одежды в среднем и выше среднего сегментах, а также фирменной одежды, как рабочей, так и торговой и офисной.

УДК 658.310.9

## **ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПАКЕТА КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЗАНЯТОСТИ В ОРГАНИЗАЦИИ**

Студ. Шарапкина А.В., д.э.н., проф. Ванкевич Е.В.

Витебский государственный технологический университет

Дифференциация социального пакета организации в разрезе сегментов персонала является бюджетным инструментом повышения эффективности занятости, так как не требует дополнительных затрат и позволяет персонифицировать надбавку для каждого работника в зависимости от его индивидуального трудового вклада, квалификации, делового поведения. Обычно сотрудники воспринимают социальные доплаты организации как должное, как гарантированное дополнение к заработной плате, и не связывают его с затратами организации. Однако анализ свидетельствует, что в среднем на 1 рубль заработной платы работник получает 57,7 коп. прямых и косвенных доплат социального характера, что в расчете на одного работника в год может составлять значительную сумму (25,76 млн. руб.).

Целью дифференциации социального пакета является усиление мотивации и удержание наиболее ценных для организации сотрудников.

Услуги социального пакета могут дифференцироваться следующим образом:

- одинаковый набор услуг при дифференцируемой сумме для разных категорий работников;
- дополнительный набор услуг для определенных категорий работников;
- формирование определенного набора услуг социального пакета для каждой категории персонала;