

*Гусаков Б. И., Костенко К. Ю., БНТУ (Минск)*  
**ТЕХНИЧЕСКИЙ УРОВЕНЬ НАУЧНО-  
ТЕХНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ**

Понятия «конкурентоспособность» и «конкурентоустойчивость» являются сравнительно новыми для Беларуси и не закреплены законодательно. Наиболее часто используемым показателем конкурентоспособности принимается торговый баланс и обменный курс валюты. Оба этих показателя, конечно, связаны с конкурентоспособностью, но ни один из них не может служить надежным измерителем ее уровня.

Многие считают, что экономика может быть конкурентоспособной, несмотря на низкий уровень производительности труда, обусловленный устаревшей технологией. Это правильно, если при отставании от уровня мировой производительности труда в стране для поддержания прежней конкурентоспособности снижается заработная плата и девальвируется валюта до тех пор, пока не восстановится прежний уровень конкурентоспособности.

Такой подход можно сравнить с организацией распродажи по сниженным ценам, которая проводится для сохранения обращения товаров и услуг. Решение проблем, связанных с конкурентоспособностью товаров за счет девальвации национальной валюты, имитация поддержания конкуренции путем снижения заработной платы и жизненных стандартов.

Реальная конкурентоспособность товаров может быть обеспечена низкой ценой – лидерством по цене или лидерством по факторам успеха, включающим: высокий технический уровень продукции и технологии, отличный дизайн, оптимальные сроки поставки, а также оперативное обслуживание. В обоих вариантах лидерства реальная конкурентоспособность имеет место при двух условиях:

- поддержание повышающихся жизненных стандартов;
- позиция в группе лидеров мировой экономике.

Конкурентоспособность промышленности Беларуси – это способность производить товары и услуги, которые реализуются на международных рынках за счет лидерства по цене при одновременном поддержании или повышении жизненных стандартов общества.

Единственным направлением развития, которое может обеспечить Беларуси лидерство по цене, является ориентация на достижение технического уровня продукции и технологии не ниже, чем у конкурентов. Любое изменение конкурентоспособности, не связанное с ростом технического уровня продукции и технологии, будет фиктивным, поскольку не будет обеспечена конкурентоустойчивость промышленности.

Конкурентоустойчивость – это способность производить конкурентоспособные товары и услуги, которые стабильно реализуются на международных рынках при одновременном поддержании или повышении жизненных стандартов общества.

*Гуторова И. И., БТЭУ ПК (Гомель)*  
**ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ  
ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

Исследование предоставления услуг в сфере общественного питания является весьма актуальным с той позиции, что предоставляет возможность выработать обоснованные маркетинговые стратегии в одной из важных сфер бизнес-деятельности.

Рост спроса и предложения в сфере общественного питания характерен как для большинства развитых зарубежных стран, так и для Республики Беларусь.

Предприятия общественного питания играют особую, специфическую роль в жизни современного общества, так как их деятельность ориентирована в первую очередь на удовлетворение первейшей потребности человека, а с другой стороны, происходит процесс коммуникаций. По проведенным исследованиям эта тенденция будет развиваться, и в свою очередь общественное питание при условии роста благосостояния населения имеет перспективы занять достойное место в системе национальной экономики.

Экономика развитых государств представлена в основном малыми и средними частными предприятиями такая же тенденция перехода от государственной к частной форме собственности наблюдается и в Беларуси.

Происходящие в республике процессы обновления и преобразования отрасли затронули и исследуемый регион Гомельской области. Рестораны, кафе, бары, отвечающие современным требованиям, есть практически во всех городах данной области. То обстоятельство, что сеть предприятий общественного питания, которым пользуется население, представлено различными типами, определяет необходимость изучения количественного изменения их во временном диапазоне с учетом выделения специфики разнообразия спроса населения на продукцию общественного питания.

До недавнего времени на рынке ресторанных услуг приоритет отдавался стационарному объекту с большим количеством мест. Сейчас развитие получают маленькие уютные рестораны и кафе со специализированным ассортиментом блюд, ориентированные на средние слои населения.

Одной из задач является создание налаженной инфраструктуры общественного питания, в том числе в сфере ресторанного бизнеса.

Одним из направлений развития общественного питания области – это повышенное внимание к расширению предприятий быстрого питания, а также объектам придорожного сервиса.

В условиях развития конкуренции в сфере услуг общественного питания и для дальнейшего их стратегического развития в исследуемом регионе необходимо говорить о маркетинговом подходе ведения бизнеса и в первую очередь – с ориентацией на целевого потребителя.

*Давидовская И. А., БГЭУ (Минск)*

## **ТЕКСТОВЫЕ КРИТЕРИИ РАНЖИРОВАНИЯ В ПОИСКОВОЙ ОПТИМИЗАЦИИ**

Поисковая оптимизация (Web-оптимизация) – это процесс повышения рейтинга сайта на поисковых машинах. В основе этого процесса лежит тщательный подбор и размещение на страницах сайта ключевых слов и фраз, по которым посетители, а следовательно, и клиенты найдут сайт.

Для достижения этой цели используется ряд методов, которые исходят из предположения, что существуют ключевые слова и словосочетания, характерные для определенных групп потенциальных пользователей.

Для ранжирования (сортировки) страниц поисковыми системами используются текстовые критерии.

Текстовые критерии определяют релевантность документа по совпадению слов и их сочетаний в запросе и тексте страницы.