

циала и эффективности. Существует проблема создания экономической сферы, благоприятной для научно-технического развития, и организационных форм поддержки инновационных процессов, ориентированных на быстрое доведение высоких технологий и наукоемкой продукции до коммерческого успеха на рынке. Таким образом, создание новых инновационных структур, способных адекватно реагировать на проведение реструктуризации экономики, обеспечивать технологический трансферт и коммерциализацию результатов научных разработок — одна из предпосылок вывода экономики Беларуси из кризиса — важная составляющая трансформационного процесса.

Новые инновационные структуры можно реализовать, используя опыт развитых стран, в форме научных исследовательских парков, промышленных и грюндерских парков. Исследовательские парки ориентированы на обеспечение научных разработок. Технологические парки способствуют организации малых наукоемких производств, ориентированы на трансферт высоких технологий, коммерциализацию результатов научно-технических разработок. Промышленные парки обеспечивают размещение малых наукоемких производств на определенной территории, создание производственных помещений и рабочих мест. Грюндерские парки, являясь разновидностью промышленных, поддерживают создание новых малых фирм в обрабатывающей промышленности. Новые инновационные структуры имеют следующие организационные элементы: коммерческий центр, включая консалтинговые, инжиниринговые, аудиторские фирмы, венчурный фонд, инкубатор малых наукоемких фирм, бизнес-центр. В этой гибкой организации используется "мозаичный метод" формирования, поэтому элементы могут меняться.

В Беларуси могут развиваться следующие организационные формы НИОКР: свободная экономическая зона, инновационный комплекс, международный инновационный центр, отраслевой научно-технологический комплекс, региональный инновационный центр, двухзональная система с общей средой поддержки, конверсионный комплекс, экономические центры вузов. Этот процесс еще только начался. Создан и эффективно действует фонд фундаментальных исследований, фонд Сороса — Беларусь. Однако развитие новых организационных форм НИОКР тормозится отсутствием законодательной базы, незаинтересованностью государственных структур.

**А.П. ДУРОВИЧ, докторант**

*(Белорусский государственный экономический университет)*

### **ЗАДАЧИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ТОВАРОВ**

Одна из важнейших предпосылок экономического возрождения Беларуси — стабилизация и рост производства во всех отраслях и на каждом предприятии в отдельности. Однако в отличие от планово-административной в условиях рыночной экономики нужен (и, в конечном счете, длительно возможен) рост не любого производства, а только конкурентоспособного. Последнее же определяется конкурентоспособностью предлагаемых на рынок товаров.

Проблема формирования, обеспечения, оценки и прогнозирования конкурентоспособности реализуемых товаров приобретает особое значение в условиях осуществления в республике мер по структурной перестройке экономики, демонаполизации и развития конкуренции, а также интеграции национальной экономики с мировым рынком. Успешное

функционирование самостоятельных предприятий может быть достигнуто только при условии реализации конкурентоспособных товаров и получения прибыли в объемах, достаточных для обеспечения устойчивых перспектив деятельности. Чем выше конкурентоспособность товаров, предлагаемых потребителям, тем больше возможностей у торгового предприятия для увеличения объема продаж, роста прибыли и контроля прибыли, контролируемой доли рынка. Следовательно, в конкурентоспособности реализуемых товаров сочетаются и фокусируются основные организационно-управленческие, маркетинговые и финансовые результаты деятельности фирмы. Поэтому не случайно оценка и прогнозирование конкурентоспособности закупаемых и реализуемых товаров являются для ведущих зарубежных предприятий исходным пунктом принятия управленческих решений в сфере производственно-коммерческой деятельности. Для большинства же отечественных фирм решение этой проблемы находится на начальной стадии. Осуществляемые ими в данном направлении мероприятия проводятся спонтанно, методом "проб и ошибок", что нередко приводит к серьезным негативным последствиям.

Оценку уровня конкурентоспособности товаров и изучение воздействующих на нее факторов необходимо осуществлять постоянно и систематически. Такой подход дает возможность своевременного принятия решений об оптимальных изменениях ассортимента, необходимости его диверсификации, уточнении ценовой, сбытовой и коммуникационной политики. Таким образом, конкурентоспособность товаров в существенной степени определяет содержание всех элементов деятельности предприятия.

Для повышения эффективности функционирования предприятия необходимо создание системы управления конкурентоспособностью производимых и реализуемых товаров. Вместе с тем на пути создания такой системы имеются значительные трудности. Прежде всего, они связаны с недостаточной научной проработкой проблемы. Длительное время в условиях плановой системы хозяйствования конкурентоспособности как активной экономической категории ни в теории, ни на практике не уделялось должного внимания. В рыночной же экономике данная категория является одной из ключевых, так как охватывает практически все аспекты деятельности предприятий, отраслей и общества в целом.

В настоящее время теоретико-методологические проблемы конкурентоспособности выработаны не в полной мере. В частности, отсутствуют сколько-нибудь серьезные рекомендации по обеспечению, оценке и прогнозированию конкурентоспособности товаров на рынке. Потребность же в них испытывают предприятия различных форм собственности, а также органы управления экономикой.

Для создания предпосылок формирования системы управления конкурентоспособностью товаров необходима реализация ряда задач, имеющих комплексный характер.

Первый комплекс задач представляет собой теоретические исследования самой категории "конкурентоспособность". Ведь в теории и на практике понимание того, что включает данная категория не устоялось.

Критическая оценка новейшей экономической, справочной, нормативно-технической и методической литературы по маркетингу показывает, что в ней конкурентоспособность рассматривается с самых общих позиций. Несмотря на некоторые различия, большинство формулировок объединяет подход к конкурентоспособности товара как к характеристике возможности его сбыта в условиях конкуренции. Такое определение не раскрывает сущность рассматриваемой категории, констатируя и без того очевидную зависимость сбыта от конкурентоспособности. При этом за "всехватностью" трактовки теряется содержание конкурентоспособности

конкретного товара, которая обуславливает распределение спроса между ним и другими обращающимися на рынке изделиями аналогичного назначения. Отсюда следует, что конкурентоспособность товаров необходимо рассматривать с точки зрения потребителей. С этих позиций ее можно определить как комплексную многоаспектную характеристику товара, определяющую его предпочтение на рынке, по сравнению с аналогичными изделиями-конкурентами, как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение. Это обеспечивает возможность реализации данного товара в определенный момент времени на конкретном рынке. Имея в виду такую трактовку, в дальнейшем коллективными усилиями специалистов необходимо выработать понятийный аппарат конкурентоспособности товаров, определить ее слагаемые (факторы), а также механизм их действия.

Второй комплекс задач связан с разработкой методологических основ оценки и прогнозирования конкурентоспособности товаров. При этом особое внимание следует обратить на ее прогнозирование. Зарубежный опыт свидетельствует, что ни одна сколько-нибудь преуспевающая фирма не работает на авось, осуществляя формирование товарного ассортимента. Прикидки конкурентоспособности, оценка воздействующих на нее факторов являются обязательным условием и критерием активности принимаемых управленческих решений. Следовательно, умение оценивать потенциальную конкурентоспособность товаров позволяет избегать просчетов и обусловленных ими потерь.

Разработка методологических основ оценки потенциальной конкурентоспособности должна охватывать:

- разработку общих методологических подходов оценки, обеспечивающей объективность, достоверность и сравнимость получаемых результатов;

- обоснование номенклатуры показателей конкурентоспособности товаров, необходимых и достаточных для объективной и достоверной оценки;

- признание необходимости применения системного пакета показателей практически для всех товаров, с дифференциацией конкретных характеристик в соответствии с индивидуальными особенностями отдельных их видов;

- явный учет различной относительной важности показателей, определяющих конкурентоспособность различных видов товаров, с общей ориентацией на придание приоритета наиболее важным для потребителей характеристикам;

- проведение дифференцированных расчетов конкурентоспособности применительно к особенностям рынков, на которых реализуются товары.

Третий комплекс задач связан с подготовкой специалистов, способных квалифицированно рассматривать в процессе производственно-коммерческой деятельности проблемы анализа, оценки и прогнозирования конкурентоспособности товаров. В этом направлении работа должна проводиться путем разработки учебных программ, подготовки учебников и учебно-методических пособий. Курс "Конкурентоспособность товаров" включен в учебные планы ряда специальностей факультета экономики и управления торговлей БГЭУ. Первый опыт преподавания данного курса подтвердил необходимость его изучения будущими специалистами экономического профиля и выявил глубокую заинтересованность студентов в его освоении.

Успешная реализация экономической наукой и образованием указанных трех комплексов задач позволит создать необходимые предпосылки формирования системы управления конкурентоспособностью товаров на отечественных предприятиях.