

Как показывает опыт высокоразвитых стран, без успешного развития потребительского рынка невозможно создать высокоэффективную рыночную экономику.

Н.Э. Сикорская
БГЭУ (Минск)

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ БЕЛОРУССКИХ СТИРАЛЬНЫХ МАШИН ТИПА СМ

В настоящее время в торговле преобладают стиральные машины типа СМ по причине переориентации спроса населения на более дешевые модели. В силу этого обстоятельства возникает потребность в выборе модели, отличающейся сравнительно высоким уровнем качества. Вот почему была предпринята попытка оценки качества изделий с помощью ранговой корреляции, трансформированной для товароведения.

Номенклатура исследуемых образцов включала все типоразмеры группы СМ параметрического ряда, включая и зарубежные образцы: "Вясёлка" СМ-1,5 (X_1), "Малютка-2" СМ-1 (X_2), "Пони СМ-1" (X_3), "Витьба" СМ-1 (X_4), "Мара" СМ-2Б (X_5), "Алеся" СМ-1,5М (X_6), "Ока-8" СМ-2 (X_7), "TEFAL" 5027 СМ-2Б Fr. (X_8), "Десна" СМ-1 (X_9), "Лыбидь" СМ-1,5 (X_{10}), "Фея" СМ-1,5 (X_{11}), "Азовье" СМ-1,5 (X_{12}), "Малютка" СМ-1 (X_{13}), "Самара" СМ-1 (X_{14}).

Функции «экспертов» выполняли показатели качества, номенклатура которых насчитывала 19 наименований (m): эффективность отстирывания образцов, снижение их прочности после стирки, число программ, компактность, материал корпуса, диапазон режима работы, надежность, удельный расход электроэнергии, удельная потребляемая мощность, удельная масса, удельный расход воды, класс энергоемкости по европейскому стандарту, скорректированный уровень звуковой мощности и др.

Общая мера согласованности «мнений» показателей качества относительно значимости исследуемых образцов ($n=14$) выявлялась с помощью коэффициента конкордации, учитывающего сумму рангов S_j всех показателей качества ($m=19$) по каждой модели и поправочного коэффициента на «связанность» рангов T_j

$$W = 12 \sum (S_j - S)^2 / [m^2 (n^3 - n) - m \sum T_j].$$

Коэффициент значимости каждого образца рассчитывался по уравнению

$$\gamma_j = (mn - S_j) / [mn (n - 1) / 2].$$

Используемая новая методика позволяет достаточно быстро выявить идеальную модель стиральной машины по всем показателям качества, набравшим ранг 1 ($m = 19$; $S_{ид} = 19$, уровень качества $Q_{ид} = 100\%$).

Уровень качества анализируемых стиральных машин относительно идеального образца определяется выражением $Q_j = S_{\text{ид}} \cdot 100 / S_j$.

Следует сказать о заметном преимуществе в уровне качества французской модели TEFAL 5027, $X_8 (Q_8 = 37,3 \%)$. Это было предопределено превалированием таких показателей, как “снижение прочности образцов после стирки”, “число программ”, “компактность”, “надежность”, “удельный расход воды”, “корректированный уровень звуковой мощности” и др. Второе место, уступая отмеченной модели на 50 %, заняла модель “Мара”. Остальные белорусские модели (“Вяселка”, “Пони”, “Витьба”, “Алеся”) из-за низкого уровня качества не вошли в номенклатуру изделий, вызывающих доверие со стороны потребителей. Общим их недостатком является сильный износ белья при стирке, низкое значение компактности, сравнительно большой удельный расход электроэнергии и воды.

А.М. Сорокин
БГЭУ (Минск)

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТЕЛЕВИЗОРОВ БЕЛОРУССКОГО ПРОИЗВОДСТВА НА МИРОВОМ РЫНКЕ

Телевидение с каждым годом играет все большую роль в информационном пространстве всех стран мира, в том числе и Республики Беларусь.

С 1997 г. в Европе начался процесс широкомасштабного внедрения цифрового телевизионного вещания и телевидения высокой четкости. К 2015 г. полный отказ от аналогового телевидения планируется в России. А в Беларуси уже создана первая зона цифрового эфирного вещания в Минске.

Быстрое и повсеместное внедрение DVD и концепции «домашнего кинотеатра» повлекло за собой стремительное повышение спроса на высококачественные телевизоры больших диагоналей. Также влияние на это оказывает развитие сетей кабельного и спутникового телевидения.

В результате произошло значительное расширение рынка телевизионных приемников различных классов. По оценкам экспертов, в 2005 г. мировое производство телевизоров достигло 170 млн штук.

Крупнейшие мировые производители вкладывают огромные финансовые и интеллектуальные ресурсы в развитие новых систем телевидения и видов дисплеев. Все большим спросом пользуются плоскочастотные телевизоры (на основе плазменной и жидкокристаллической технологий), проекционные и проекторы. Каждый производитель старается занять как можно большую долю на растущем рынке (даже ценой снижения прибыли).