

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ**

О.В. Антипова

Филиал БГЭУ (Бобруйск)

**PROTOTYPAGE COMME – EN ELEMENT
NÉCESSAIRE DU SUCCÈS COMMERCIALE**

**ТЕСТИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ –
НЕОБХОДИМЫЙ ЭЛЕМЕНТ КОММЕРЧЕСКОГО УСПЕХА**

Avant de lancer une nouvelle marchandise au marché ou l'entreprise doit être sûre, que l'article sera demandé. Dans ce cas il est très utile d'utiliser un prototypage.

Les raisons de l'emploi de celui-ci sont suivantes:

1. Prototypage est un moyen de maîtriser les risques, en limitant l'engagement de ressources, surtout aux marchés très fragiles, aux secteurs à hautes technologies, où la demande est peu étudiée.

2. Prototypage permet à l'entreprise de tester la robustesse du son concept d'un produit ou d'un service, souvent en donnant aux clients ciblés l'accès au produit avant son lancement. L'industrie du logiciel a couramment recours à cette pratique; tout nouveau logiciel est systématiquement testé par des clients (qui bénéficient ainsi d'un accès privilégié), avant le lancement fini.

3. Prototypage stimule la flexibilité et l'aptitude à réagir aux demandes des clients. Certaines nouvelles entreprises se lancent avec l'avantage d'un carnet de commandes bien fourni. Cette première vague de clients composera sans doute la clientèle de base, à moyen et à long terme. Son produit ou service initial constituera aussi son métier principal.

Souvent, pour les nouvelles entreprises, les méthodes d'études de marché classiques ne conviennent pas. Les coûts demandés par les professionnels des études de ce type sont parfois incorrigible. Mais l'obstacle principal réside surtout dans le concept même du produit-service. Si la demande est latente la seule façon de prouver qu'elle existe est de tester le marché en proposant une version préliminaire du concept, tout en étant conscient que celui-ci pourrait bien évoluer après un premier contact avec les utilisateurs. Pour l'évaluation de l'efficacité des décisions de marketing sur la promotion de la nouvelle marchandise peuvent être utilisés plusieurs moyens. Cependant tous les moyens des évaluations pareilles on en peut regrouper trois catégories principales: expériences, sondages et mesures mécaniques.

Chacun de ces moyens a les avantages et les risques, c'est pourquoi on les applique en fonction des conditions. Si le test est reconnu rationnel, il est nécessaire de choisir le temps de sa réalisation. Les variantes possibles de la réalisation de ce

problème peuvent être suivantes: le test préliminaire parallèle et le test après la diffusion de l'appel de marketing. Le test préliminaire est plus utile, puisqu'il y a une chance à apprendre les problèmes possibles avant que la société commence à dépenser les moyens pour la diffusion et la distribution de la marchandise. Pour décider, s'il faut faire le test, les chefs de la société doivent peser préalablement tous les frais et les profits de cette activité. Malheureusement, la plupart des chefs aspirent soit se passent de cette étape importante, soit concentrent l'attention sur un ou deux facteurs-clés.

*Н.В. Борисевич
Филиал БГЭУ (Бобруйск)*

DER BEITRITT BELARUS ZUR WELTHANDELSORGANISATION ALS BEDINGUNG FÜR DIE ZUSAMMENARBEIT IN RAHMEN DER INTERNATIONALEN INTEGRATION

ВСТУПЛЕНИЕ БЕЛАРУСИ В ОРГАНИЗАЦИЮ МИРОВОЙ ТОРГОВЛИ КАК УСЛОВИЕ СОТРУДНИЧЕСТВА В РАМКАХ МЕЖДУНАРОДНОЙ ИНТЕГРАЦИИ

WHO ist die Abkürzung für World Trade Organisation (Welthandelsorganisation). Sie ist in der internationalen Handels- und Wirtschaftspolitik die dritte Säule neben der Weltbank und dem Internationalen Währungsfonds (IWF). Die WHO wurde am 1. Januar 1995 als Nachfolgeinstitution für das Allgemeine Zoll- und Handelsabkommen GATT (General Agreement on Tariffs and Trade) gegründet. Welche Ziele verfolgt die WHO?

Ziel des GATT und der WHO war und ist die Erweiterung des Freihandels. In die Erweiterung des Freihandels ist jedoch nun neben dem Warenhandel auch der Dienstleistungsbereich und die Sicherung des geistigen Eigentums einbezogen.

Weitere Ziele der WHO sind:

- Weitere Senkungen der Zölle;
- Entlastungen der Länder sowie Sicherung des Lebensstandards;
- Schaffung von Vollbeschäftigung;
- Förderung der Ausweitung der Produktion;
- Beste Nutzung der weltweiten Ressourcen;
- Einbezug der Entwicklungsländer in das Handeln der Industrieländer.

Ein sehr wichtiges Ziel der WHO ist die Streitschlichtung.

Belarus muss zur Vermeidung dieser Situationen Geschäftskontakte mit der EU ausgebaut werden. Je mehr belarussische Unternehmen mit europäischen Geschäftspartnern kooperieren, desto mehr Verständnis werden die Regierung dieser Länder dafür haben, welche «realen Wirtschaftsfragen auf dem Verhandlungstisch liegen». Der allgemeine Effekt für die belarussische Wirtschaft vom Beitritt des Landes zur Welthandelsorganisation soll sich als positiv erweisen. Anhand der Simulati-