

более высокий уровень жизни, чем в стране, темпы роста экономики которой ниже, хотя в конечном счете эти цели и будут достигнуты. Однако в течение нескольких лет может наблюдаться обратная ситуация, что обуславливается логикой механизма сближения. Согласно ей в стране с низким уровнем развития в 2002 г. (как, например, в Азербайджане или Албании) могут быть достигнуты более высокие темпы роста, чем, скажем, в Эстонии или Словении. Но все равно в течение нескольких лет относительный уровень их доходов будет ниже.

Но может случиться и такое, что процесс сближения окончится неудачей (если не будут проведены структурные реформы и созданы рыночные институты), политический климат ухудшится, а процесс глобализации станет не столько способствовать, сколько препятствовать экономической трансформации.

При анализе будущего развития необходимо проводить границы между пассивными сценариями и активной стратегией. По какой траектории страны станут двигаться вперед, зависит от многих переменных. Некоторые из них являются данными (наличие природных ресурсов, качество человеческого капитала, численность населения, масштабы рынков товаров, услуг и др.) и мы можем только более или менее точно их учитывать. Однако процесс экономического роста в критической степени определяется избранной стратегией развития и наличия политической воли для ее последовательной реализации. В отсутствие эффективной стратегии даже сравнительные преимущества стран не будут содействовать экономическому росту.

Необходимо постоянно вести поиск политического консенсуса, который способствовал бы устойчивому и быстрому росту. Сегодня есть шанс догнать развитые индустриальные страны. Было бы непростительно его упустить.

*Н.Ч. Горбач, студентка,
В.И. Иванцов, канд. техн. наук*

БГЭУ (Минск)

К ПРОБЛЕМЕ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ ДЕКОРАТИВНОЙ КОСМЕТИКИ

В настоящее время на рынке парфюмерно-косметических товаров республики наблюдается интенсивный процесс замещения импорта отечественной продукцией.

С целью определения уровня конкурентоспособности декоративной косметики экспертным методом была проведена оценка уровня конкурентоспособности одного из многочисленных ее представителей — губной помады, а также оценка предпочтений потребителей социологическим методом.

Из 15 потребительских свойств губной помады: цвет, запах, блеск, дизайн упаковки (оригинальность), ее информативность, увлажняющая способность, питание губ, декоративность, защита от ультрафиолетовых лучей, антисептическая способность, удобство пользования, легкость применения, консистенция, ощущение на губах и стойкость экспертным методом определены наиболее важные показатели и их коэффициенты весомости: цвет — 0,32; устойчивость — 0,2; ощущение на губах — 0,19; запах — 0,15 и дизайн упаковки — 0,14.

Экспертным методом оценен уровень конкурентоспособности губных помад отечественного производства (см. табл.). Вследствие достаточно высоких значений показателей качества и относительно невысокой цены губная помада “Релуи-Бел” является самой конкурентоспособной.

Белорусскому производителю для повышения конкурентоспособности своей продукции рекомендуется: производить губные помады с большим содержанием жиро- и спирторастворимых красителей, а также полимерных добавок, способствующих повышению стойкости окраски; включить в состав ультрафиолетовые фильтры, обеспечивающие надежную защиту кожи губ от вредного воздействия солнечных лучей; улучшить дизайн упаковки, возможно оснащение выдвижным зеркальцем; увеличить цветовую гамму для жидкой помады; появление губных помад с новыми свойствами (двух- и многоцветных, с витаминным стержнем, обладающих лечебным эффектом).

На выбор покупателей влияние оказывают: стремление к новому — 35,4 %, рекомендации знакомых — 33,3, реклама — 20,8 %. Для 12,5 % важен производитель, для 8,3 — упаковка, 2 % приобрели помаду лишь потому, что понравился цвет. Покупают помаду в специализированном магазине (44,7 %) и универмаге (44,4 %). Остальные покупки совершаются на рынках и в киосках.

Оценка конкурентоспособности помад

Показатель свойств	Коэффициент весомости m_i	RIVOLI ROUGE REBEL (баз.)		"Белор-Дизайн"		"Релуи-Бел"		"Люкс-Визаж"		"Белор-Дизайн" (жидкая)	
		факт., р	отн., q	факт., р	отн., q	факт., р	отн., q	факт., р	отн., q	факт., р	отн., q
Дизайн	0,14	5	1	4	0,8	4	0,8	3	0,6	4	0,8
Устойчивость	0,2	5	1	2	0,4	2	0,4	1	0,2	1	0,2
Запах	0,15	5	1	4	0,8	4	0,8	3	0,6	4	0,8
Ощущение на губах	0,19	4	1	3	0,7	4	1	3	0,7	4	1
Цвет	0,32	5	1	5	1	5	1	5	1	3	0,6
Комплексный показатель, $KPK = \sum m_i q_i$		1,0		0,77		0,82		0,67		0,65	
Цена, бел. р.		9850		2460		1570		1480		2790	
Интегральный показатель качества $ИПК = KPK / \text{цена}$		0,0001		0,00031		0,00052		0,00045		0,00023	
Уровень конкурентоспособности, $УК = ИПКф / ИПКб$		1		3,1		5,1		4,5		2,2	