

С обретением независимости для Беларуси встала проблема государственного регулирования деятельности образовавшихся республиканских монополий. В то время за основу была принята именно западная система антимонопольного регулирования, практически без учёта особенностей промышленной структуры Беларуси. Поэтому такое регулирование не могло осуществляться эффективно, что привело к существенным противоречиям между практическим применением законов и их предназначением.

Опыт зарубежного антимонопольного регулирования не может слепо заимствоваться и копироваться нашим государством. Он должен изучаться и использоваться при разработке соответствующих документов, учитывая специфику монополий формировавшихся не в рыночной системе, а в условиях тоталитарного государства, монополии власти. В наших условиях нужна своя концепция, которая призвана не столько спасать и защищать конкуренцию, сколько создавать условия для её усиления и стимулировать развитие малого бизнеса.

Таким образом, основываясь на особенностях промышленной структуры экономики Беларуси, следует иначе подходить к проблемам монополии и антимонопольного регулирования, то есть преобразовать «абстрактные» законы в реально действующий рыночный механизм.

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ПРИБЫЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Барысенко Н., Бобруйский филиал БГЭУ

С переходом Республики Беларусь к рыночным механизмам хозяйствования для большинства предприятий становится актуальной задача повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции на основе высокого качества.

Так как на деятельность предприятий влияет множество показателей, то в данной работе целесообразно рассмотреть один из наиболее важных показателей - качество продукции. Его повышение

обеспечивает не только экономии трудовых и материальных ресурсов, но и позволяет более полно удовлетворять запросы общества. Законы конкурентной борьбы таковы, что если качество и стоимость продукта удовлетворяют потребителя, то выручка предприятия растёт, а если нет, то падает. Таким образом, для обеспечения рентабельности предприятиям необходимо не только обеспечить высокое качество выпускаемой продукции, но сделать это с меньшими затратами, чем у конкурентов. На уровень затрат оказывают влияние технические, организационные, экономические и другие факторы, поэтому проблема эффективности разрешима только через проектирование и внедрение на предприятии системы качества - совокупности методов, методик, процессов и ресурсов, необходимых для управления качеством.

Основной задачей системы является обеспечение качественных характеристик выпускаемой продукции, заложенных на стадии проектирования (так называемое качество замысла) и реализуемых на этапах производства и продажи продукции при определённой величине затрат на цели поддержания высокого качества.

Качество продукции – это понятие, которое характеризует параметрические, эксплуатационные, потребительские, технологические, дизайнерские свойства изделия, уровень его стандартизации и унификации, надёжность и долговечность. Различают обобщающие, индивидуальные и косвенные показатели качества продукции.

Обобщающие показатели характеризуют качество всей произведённой продукции независимо от её вида и назначения:

- удельный вес новой продукции в общем объеме её выпуска;
- удельный вес аттестованной и неаттестованной продукции;
- удельный вес продукции высшей категории качества;
- удельный вес продукции, соответствующей мировым стандартам;
- удельный вес экспортируемой продукции, в том числе в высокоразвитые страны;

Индивидуальные показатели качества продукции характеризуют одно из её свойств:

- полезность;

- надёжность (долговечность, безотказность);
- технологичность, характеризующая эффективность конструкторских и технологических решений (трудоемкость, энергоёмкость);
- эстетичность изделий.

Косвенные показатели – это штрафы за некачественную продукцию, объём и удельный вес забракованной продукции, потери от брака и др.

Основными причинами понижения качества продукции являются плохое качество сырья, низкий уровень технологии и организации производства, недостаточно высокий уровень квалификации рабочих, качество оборудования и др.

С целью повышения качества, конкурентоспособности продукции и услуг и, как следствие - наращивание экспортного потенциала в Республике Беларусь основные приоритеты были отданы внедрению в промышленное производство и сферу социальных услуг прогрессивных технологий, устранению технических барьеров в торговле, защите потребительского рынка от некачественных и потенциально опасных товаров и услуг.

В 2000 г. была завершена работа по принятию стандартов ИСО 9000 в качестве государственных. Разработано 117 новых стандартов, при этом количество стандартов, идентичных международным, достигло 50 %.

Белорусские производители понимают, что в рыночной экономике путь их выживания и рост благополучия – это высокое качество. Успешная деятельность предприятия возможна лишь тогда, когда производимая им продукция соответствуют потребительскому спросу и предлагается по приемлемым ценам.

Международная практика показывает, что наиболее успешно эти задачи решаются на основе системного подхода, предусматривающего создание систем качества, соответствующих требованиям стандартов ИСО. В настоящее время более 100 предприятий имеют сертификаты на системы качества и более 180 готовятся к сертификации. Особенно активно эта работа идёт на предприятиях Минпрома и концерна «Беллепром».

Таким образом, качество является той областью, в которой нельзя останавливаться на достигнутом. Поэтому в основных направлениях экономической политики на 2001-2003 гг. государственная Программа «Качество» определена как приоритетная. В соответствии с этой программой, начиная с 2001 г., в Республике Беларусь началось внедрение новых технологий, согласованных со стандартами международных организаций в области стандартизации.

ИССЛЕДОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЙ

Бокий П., Бобруйский филиал БГЭУ

В настоящее время невозможно обойтись без понимания мировых тенденций в бизнесе и признания сосуществования множества культур и управленческих подходов к принятию решений в различных странах. Определённая практика предпринимательства, накопленная в сфере малого и среднего бизнеса в нашей стране, со всеми её преимуществами и недостатками, не может иметь шансов на развитие и совершенствование без обогащения опытом других стран и учёта современных направлений в маркетинге и менеджменте. Их следует рассматривать как следствие общих тенденций экономического развития и понимания происходящих изменений. Проявляются эти тенденции в различных формах, причем в каждой стране они приобретают свои очертания и специфику.

Деятельность белорусских предприятий на зарубежных рынках основывается на изучении внешней маркетинговой среды. Каждая из стран, где предприятие осуществляет свои операции, имеет определенные правовые, политические, культурные и экономические характеристики. Если предприятие хочет добиться успеха на внешнем рынке, оно должно тщательно изучать особенности этой среды, которая непрерывно меняется и не может контролироваться товаропроизводителем. При этом необходимо находить пути адаптации маркетинговой политики и стратегий предприятия к особен-