

все большим неудовлетворенным ожиданием предприятия эффектов от их внедрения. Основа такого положения дел кроется в самой концепции маркетинга реагирования, когда улучшения показателей работы компании стремятся добиться в структуре имеющегося набора товаров и услуг путем улучшения показателя конкурентоспособности компании.

На рынке товаров промышленного назначения сложилась несколько другая ситуация:

- менее активный рост числа конкурентов, продукция которых, прежде всего, имеет ряд серьезных конкурентных отличий;

- все более усложняющийся вход на рынок (закрытость рынков);

Выбор той или иной концептуальной основы для задачи стратегического планирования деятельности компании полностью определяет подходы к решению ее системных проблем, связанных прежде всего с системным описанием объекта стратегического планирования. Это объясняется тем, что согласно принципу цели, все системное представление задачи стратегического планирования определяется целями, которые хотела бы достичь компания. А она в структуре рассмотренных выше концепций может быть представлена в виде:

- для маркетинга реагирования – увеличение показателя конкурентоспособности;

- для превосходящего маркетинга – величины дополнительно выявленной и удовлетворенной потребности;

- для маркетинга, формирующего запросы, – типа нового товара и услуги и объема их производства.

Радиевский М. В., Васильева Т. И., БНТУ (Минск)

ИННОВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Анализ конкурентоспособных товаров, выпускаемых в Беларуси за последнее время, позволяет выделить определенные направления воздействия рынка и спроса на увеличение их производства и продаж. Основные направления увеличения выпуска и реализации пользующихся спросом товаров можно классифицировать по таким четырем группам:

- выпуск высококачественных удобных для человека товаров, вызывающих его душевное спокойствие;

- производство товаров для получения самоделок, игровых товаров и товаров «Сделай сам»;

- изготовление пищевых продуктов для укрепления здоровья, спортивного инвентаря и товаров для закаливания здоровья;

- поставка на рынок товаров, экономящих энергию, пространство и время потребителя.

Успешная продажа конкурентоспособных товаров может быть обеспечена за счет введения комфортности для потребителя.

Товары, удовлетворяющие стремление покупателя к повышению жизненного уровня и духовному совершенствованию, привлекают к себе внимание потребителя как конкурентоспособные товары.

Когда товары по своему жизненному циклу вступают в полосу полной зрелости, потребитель склонен быть недовольным обыкновенными товарами и требует изделий более высокого качества.

Такая тенденция наблюдается особенно в отношении продуктов питания. Поэтому разработка товаров более высокого качества и многообразных функций является первым фактором создания и производства конкурентоспособных товаров.

Товары высокого качества должны быть удобны в применении. Создание все более удобных товаров приводит производителя к успеху на рынке конкурентоспособных изделий.

Для удовлетворения потребностей покупателя в товарах, обеспечивающих его душевное равновесие, предприятия должны искать и выпускать товары, удовлетворяющие людей в душевном плане. К товарам, приносящим душевное спокойствие, относятся такие изделия, которые доставляют людям радость, сознание собственного достоинства, спокойствие и удовольствие. Поиск и создание подобных товаров приведет к большому объему их продаж.

Особый спрос находят товары, отвечающие стремлению потребителя к закаливанию организма и занятию спортом. На рынке отмечается спрос на изделия, которые защищают и укрепляют здоровье.

Наибольшей популярностью пользуются питательные пищевые продукты специально предназначенные для сохранения и укрепления здоровья. Потребитель предпочитает естественную и безопасную пищу вместо синтетических пищевых продуктов, красивых по внешнему виду.

Происходит рост сбыта товаров для сохранения и укрепления здоровья (пищевые продукты и товары для закаливания организма). Увеличиваются потребности в здоровой пище, спортивных товарах и услугах, позволяющих закалять организм. Поэтому необходимо разрабатывать и производить разные спортивные товары для тренировок и приборы, предназначенные для контроля за состоянием здоровья, предотвращения заболеваний. В этой сфере имеют большой успех спортивные костюмы и другие товары для занятия спортом.

Высокие цены на энергию и энергоносители вызвали повышение цен на товары, экономящие затраты энергии. Расширение жилищного строительства позволяет увеличить продажи товаров народного потребления, экономящие пространство. Повышенный спрос имеют товары, отвечающие стремлению потребителя принимать участие в их изготовлении. Потребитель выбирает товары, которые приносят ему удовольствие от творчества и развлечения. К ним можно отнести:

- товары для изготовления самоделок;
- товары «делай это сам» и игральные товары.

Во время досуга люди получают удовольствие от занятия рукоделием и творчеством. Поэтому большой сбыт имеют инструменты, материалы, приборы, оборудование и приспособления для изготовления самоделок. Производитель таких товаров может организовать курсы по изготовлению самоделок.

Разикова Ю. В., Институт экономики НАНБ (Минск)

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Важное значение в сфере услуг отводится транспортным услугам, и в связи с вступлением в ВТО необходимо уметь реально оценивать потенциальную возможность конкурентоспособности услуг республики и иметь четкое представление о перспективах дальнейшего развития. Воздействие вступления в ВТО на транспортный сектор будет осуществляться опосредованно, через изменение объемов производства и внешней тор-