

ниваемой техники, но и учесть влияние на цену потребления такого важнейшего свойства техники, как ее надежность.

Предлагаемый критерий согласован с критерием максимума экономического эффекта, но в отличие от последнего, требующего полного объема информации об условиях эксплуатации, может быть использован производителем для прогноза уровня экономичности, а следовательно, и конкурентоспособности техники даже в условиях недостаточно полной информации. Это дает возможность объективной, научно обоснованной оценки и выбора конкурентоспособной продукции по критерию ее экономичности.

*В.И. Иванцов, канд. техн. наук
БГЭУ (Минск)*

ЭФФЕКТИВНАЯ ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА — ЗАЛОГ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Методы ценообразования товаров можно подразделить на несколько групп:

- основанные на издержках (затратный, агрегатный, структурной аналогии);
- основанные на учете качества (удельной цены, балловый (экспертный), корреляционно-регрессионный);
- с ориентацией на спрос и уровень конкуренции (ощущаемой ценности товара, следование за лидером, закрытых торгов).

Выбор метода ценообразования зависит от вида товара, степени его новизны, дифференциации по качественным характеристикам, стадии жизненного цикла товара, вида и способа производства.

В современных условиях наибольший интерес представляет балловый (экспертный) метод, опирающийся на соответствующие маркетинговые исследования.

В практике оценки качества товаров сложилась определенная номенклатура потребительских свойств и показателей качества товаров.

На первом этапе исследований строится иерархическая структура показателей качества товаров, оказывающих вли-

яние на цену, которая объединяет функциональные, эргономические, эстетические показатели и показатели надежности, в которых находят отражение технические и технологические параметры товаров.

Выбранные из типовой номенклатуры показатели качества товаров отражают интересы и потребителей, и производителей товаров.

Для оценки показателей качества (ценообразующих факторов) товаров создается группа экспертов, которая компетентно представляет производителей товаров и потребителей. И здесь нельзя обойтись без товароведа.

Все показатели (факторы ценообразования) ранжируют, т.е. приписывают ранги этим факторам — нумеруют их в порядке убывания степени их влияния на цену товаров. Если эксперт признает влияние сразу нескольких факторов одинаковым, то всем им присваивается один и тот же так называемый “связанный” ранг, равный среднему значению мест, поделенных этими факторами.

Степень согласованности мнений экспертов характеризуется коэффициентом конкордации W , который имеет значения в пределах $0 < W < 1$. Чем ближе к 1 значение W , тем больше согласие между экспертами. Для оценки значимости коэффициента конкордации используется распределение χ^2 Пирсона.

Отбор наиболее значимых факторов проводится по величине суммы рангов по всем экспертам для каждого фактора. Например, критерием оценки можно выбрать величину среднего ранга $0,5 m (n + 1)$, где m — число экспертов, n — число факторов. Факторы, суммарная ранжировка которых будет больше этой средней величины, признаются значимыми.

Эти значимые факторы используются как основные ценообразующие показатели базового и нового товаров.

Для расчета цены нового товара проводится балловая оценка каждого значимого фактора. Цена нового товара определяется по формуле

$$C_n = C_b \cdot \sum K_{ni} \cdot q_i,$$

где C_n , C_b — цена нового (н) и базового (б) товаров; K_{ni} — коэффициент весомости i -го фактора; q_i — относительная оценка i -го фактора нового товара.

$$q_i = B_{ni} / B_{bi}; \quad q_i = B_{bi} / B_{ni},$$

где V_{ni} и V_{bi} — оценки в баллах i -го фактора нового (n) и базового (b) товаров.

Таким образом, активная ценовая политика позволяет предприятию более оперативно реагировать на изменение спроса, своевременно совершенствовать ассортимент продукции и укреплять свое финансовое положение. В новых условиях хозяйствования проблема качества, ценообразования и конкурентоспособности товаров займет соответствующее место и поднимет роль товароведа на должную высоту.

В.П. Ильчук, канд. техн. наук
Черниговский государственный технологический
университет

ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

Становление рыночных отношений существенно усилило коммерциализацию инновационной деятельности и привело к появлению качественно новых отношений между субъектами инновационной и инвестиционной деятельности. В условиях рынка начинают формироваться элементы новых структурных образований, которые проявляют системный характер. Осуществляется постепенное, противоречивое зарождение отдельных групп элементов инновационно-инвестиционных систем (ИИС), которые находятся на разных стадиях жизненного цикла.

Под ИИС следует понимать комплексные динамические системные образования, которые охватывают процессы инновационной и инвестиционной деятельности и ориентированы на создание нового оборудования и прогрессивных технологий, что в совокупности обеспечивает повышение технико-технологических возможностей субъектов хозяйствования по производству конкурентоспособных товаров. Изучение процессов формирования, функционирования и развития ИИС как совокупности отдельных структурных образований открывает новые научные направления в теории и практике инновационного развития материальной сферы производства. Организационная структура ИИС состоит из