

льготного налогообложения, целевого финансирования. Все это привлекало бы фирмы в данные сферы деятельности, способствуя повышению уровня конкуренции и активизации научно-технического развития.

Развитие венчурного предпринимательства в стране должно стать одной из составляющих инвестиционной стратегии развития государства. Венчурный капитал представляет собой прежде всего долгосрочные инвестиции от 5 до 10 лет. Такой срок инвестирования обусловлен спецификой рискованного предпринимательства: от 2 до 5 лет необходимо на развитие технической идеи, 3—4 года — на превращение малой инновационной фирмы в промышленную и на завоевание своего сегмента рынка. Учитывая то, что долгосрочные инвестиции в последние годы все более проблематичны и требуют государственных гарантий, венчурный бизнес является одним из путей разрешения данной проблемы. Государство перекладывает риски на предпринимателей, но при этом происходит ускорение научно-технического развития в стране.

*И.М. Панфил, канд. техн. наук  
Академия экономических знаний (Республика Молдова)*

## **ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА В УСЛОВИЯХ МЕЖДУНАРОДНЫХ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ**

В странах с развитой рыночной экономикой концептуальная роль качества признается приоритетной и выдвигается в ранг государственной национальной политики. Покупатели, живущие в этих странах, развернули широкомасштабную борьбу против генетического загрязнения продуктов питания, применения различных химических веществ в качестве консервантов, красителей, вкусовых добавок и т.д., которые даже в очень малых дозах, не обнаруженных при токсикологическом тестировании, являются генетически активными. Сегодня в мире производится более 1 млрд т веществ, из которых только 0,01 % проверяются на мутагенную активность. Поэтому данный аспект проблемы качества осо-

бенно актуален для Республики Молдова и других стран с переходной экономикой, так как экономическая ситуация благоприятствует проникновению на внутренний рынок страны товаров с низким уровнем качества. При этом часто импортируемые товары вытесняют с национального рынка традиционную местную агропромышленную продукцию.

Также имеет место фальсификация товаров, продажа их с истекшими сроками хранения, подозрительные по качеству и происхождению, несоответствующей маркировки. Исходя из вышеизложенного, вытекает необходимость строгого соблюдения законодательства по вопросам обеспечения качества продукции, ее дальнейшего совершенствования в соответствии с требованиями ВТО.

В разрешении вышеуказанных проблем важную роль должно сыграть внедрение систем качества, сертифицированных в соответствии со стандартами серии ISO 9000 и ISO 14 000. Однако переход на международные стандарты невозможно осуществить сразу, так как они предполагают применение ряда других нормативно-технических документов. Поэтому на сегодняшний день целесообразно применять гармонизированные стандарты, а экономические связи со странами СНГ поддерживать на основании межгосударственных стандартов типа ГОСТ.

В обеспечении качества пищевых продуктов большое значение имеет внедрение системы Hazard Analysis Critical Control Points (НАССР), немалый интерес к которой проявляют страны Европы, а также деятельность международной организации Комиссии Codex Alimentarius. Являясь членом этой Комиссии с 1998 г. (а с 2002 г. вступив в ВТО), Республика Молдова активизировала работу по гармонизации документации с международными, региональными и национальными стандартами.

В настоящее время национальный фонд стандартов Молдовы имеет следующую структуру: 24 % — стандарты стран СНГ; 14 — международные стандарты; 19 — межгосударственные стандарты; 38 — стандарты других стран, и только 5 % составляют национальные. Считаем необходимым совершенствовать концепцию национальной системы стандартизации и разработать концепцию гармонизации стандартов с учетом особенностей различных отраслей деятельности.

Также необходимо совершенствовать систему сертификации в целях ликвидации сертификационных барьеров (ликвидации двойной сертификации, удешевления процедуры оценки качества национальной продукции), защищая в то же время внутренний рынок от проникновения на него некачественных товаров иностранного производства.

Проблема обеспечения качества и конкурентоспособности продукции должна решиться совместными усилиями государства, предприятий и покупателей. Поэтому предприятиям следует проводить маркетинговые исследования в целях определения уровня качества приобретаемых товаров. На основании маркетинговых исследований предприятия должны разрабатывать внутреннюю систему обеспечения качества товаров на основании фирменной стандартизации.

*Н.В. Пархаева, канд. техн. наук  
Донецкий государственный университет  
экономики и торговли*

## **ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

На практике подавляющее большинство предприятий подходит к оценке затрат на информацию, исходя прежде всего из своих реальных возможностей и цены на услуги “продавцов” информации (например, компаний, ведущих маркетинговые исследования, или фирм-производителей программного обеспечения). А поскольку в управлении любого предприятия существует градация важности расходов, то финансирование приобретения информации (проще говоря, выделение средств на проведение маркетинговых исследований) осуществляется в большинстве случаев либо по остаточному принципу, либо на основе экстраполяции уровня прежних расходов.

Конечно, прежде чем покупать информацию, предприятие должно определить, что именно необходимо приобрести. Допустим, этот вопрос решен. Тогда перед руководством встает следующий: сколько предприятие может потратить на приобретение информации? Постановка данного вопроса