

бесплатное предоставление образцов и их испытание.

Однако прежде чем применять маркетинговые стимулы, необходимо провести исследование, с целью изучения целесообразности применения маркетинговых стимулов белорусскими предприятиями и их воздействия на потребителей.

Информация, необходимая для решения этой задачи, может быть получена с помощью метода экспертных оценок.

Экспертной оценкой называется средняя или модальная характеристика из высказанных группой компетентных специалистов (респондентов) мнений о каком-либо явлении или процессе, при условии достижения согласованности или близости их взглядов.

С её помощью можно получить информацию, базирующуюся на основе эвристического использования знаний, опыта и интуиции.

Сущность любого экспертного исследования состоит в подборе и формировании группы независимых, достаточно компетентных в изучаемой проблеме специалистов (потенциальных потребителей и покупателей), высказывающих свое мнение, которое может рассматриваться как экспертная оценка.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

Куракина М. В.

Студентка 3 курса

Белорусский государственный экономический университет

Руководитель: Кандаурова Г.А.

В современных условиях в Республике Беларусь особая значимость стала придаваться решению проблемы повышения конкурентоспособности продукции, поскольку от ее уровня зависит конкурентоспособность предприятия, отрасли и экономики страны в целом. Выявлено, что в условиях рыночных отношений уровень конкурентоспособности на 70-80% зависит от качества и на 20-30% - от цены.

Сдерживающим фактором повышения конкурентоспособности продукции в Беларуси является высокий уровень износа основных фондов и низкий уровень применяемых технологий. В некоторых отраслях промышленности износ основных фондов составляет более 60%, активной их части – около 80%. Сложное финансовое положение большинства предприятий не позволяет решать проблему внедрения прогрессивных технологий и освоения новой конкурентоспособной продукции.

Значительный износ основных фондов и недостаточный уровень технологий обуславливают высокую затратноёмкость производства. Следует отметить, что предприятия Беларуси работают в основном на привозном сырье, цены на которое постоянно растут. Это ведет к росту издержек, что вызывает рост цен и снижение конкурентоспособности продукции.

Центральное место в управлении конкурентоспособностью продукции должно отводиться прогнозированию ее уровня. Именно прогнозная, потенциальная конкурентоспособность является основой для создания новых изделий, обоснования требований, закладываемых в техническое задание на их разработку и в соответствующую нормативно-техническую документацию, принятия решений и необходимости доработки, модернизации или снятия продукции с производства.

Умение прогнозировать потенциальную конкурентоспособность вновь разрабатываемых изделий и выпускаемых товаров позволяет избегать возможных просчетов в реализации стратегии фирмы. Прогнозирование конкурентоспособности товара должно осуществляться в тесной увязке с фазами его жизненного цикла, чтобы своевременно выявлять момент начала снижения показателей конкурентоспособности и принимать соответствующие решения.

При оценке и прогнозировании конкурентоспособности продукции целесообразно применять следующие методы: измерительный метод; регистрационный метод; расчетный метод; экспертный метод; социологический; матричный подход; рейтинговая оценка конкурентоспособности товаров, экономико-математические методы.

Поскольку цена потребления формируется с учетом издержек, важное значение имеет прогнозирование издержек производства конкретных изделий.

При прогнозировании издержек могут применяться методы экстраполяции (метод подбора функций и др.), экспертные оценки, факторные модели и другие методы. Наиболее доступным является индексный метод. Но для его применения необходимо создать банк данных, который должен содержать достаточно точные прогнозные значения факторов внешней среды (индексы изменения цен на сырьевые и топливно-энергетические ресурсы, заработной платы, амортизации, ставок налогов и др.). Если принять индекс цен на сырьевые ресурсы в 2003 году равным 118%, топливные ресурсы – 122%, темпы роста заработной платы – 130%, индекс роста прочих затрат – 120%, то издержки в машиностроении возрастут на 20,6% (доля затрат на сырье и материалы в себестоимости продукции машиностроения составляет 59%, топливо и энергию – 9%, оплату труда – 16%, прочие – 16%),

$$\text{Изм. изд.-к.} = \frac{(59 \cdot 118) + (9 \cdot 122) + (16 \cdot 130) + (16 \cdot 120)}{100} = 120.6 \%,$$

что повлечет за собой рост цен. Результаты прогнозных расчетов должны служить основой для принятия наиболее эффективных управленческих решений.

Следует отметить, что в Беларуси, проблеме повышения конкурентоспособности отечественной продукции уделяется большое внимание. Как продолжение государственной программы «Качество» на 1998-2000 гг. Госстандартом с участием министерств и других республиканских органов государственного управления разработана государственная программа «Качество» на 2001-2003 гг., которая одобрена постановлением Совета Министров Республики Беларусь от

29 декабря 2000 г. №2032. Основные цели программы - создание условий, способствующих повышению экспортных возможностей отечественных товаропроизводителей, производству конкурентоспособной продукции, дальнейшему насыщению потребительского рынка качественными безопасными товарами и услугами, внедрению современных технологий, оздоровлению окружающей среды, экономии материальных ресурсов.

Однако, на наш взгляд, в краткосрочном периоде трудно будет достичь указанных целей в связи с проблемой инвестиций.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАК ФИЛОСОФИЯ РАБОТЫ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

Лескович А.В.

Студент 4 курса

Белорусский государственный экономический университет

Руководитель: Сачук Т.Г.

Перемены, начавшиеся в республике в 90-е годы, выдвинули на первый план ряд новых экономических форм и понятий, определяющих условия хозяйствования, (от уровня предприятий до народного хозяйства в целом) взамен ранее применявшимся формам административного воздействия. Среди них особое место занимают конкуренция как способ достижения цели эффективного развития и конкурентоспособность, как индикатор и рычаг управления эффективностью.

Величие страны определяется не только размером ее территории, богатством природных ресурсов, мощью армии, но и конкурентоспособностью производимых товаров и услуг. Эти категории являются фундаментом качества жизни — меры достоинства нации.

С точки зрения микроэкономического подхода, победа в конкурентной борьбе является конечной целью всякой фирмы. Причем, победа не разовая, не случайная, а как закономерный итог постоянных и грамотных усилий фирмы. Достигается она или нет — зависит от конкурентоспособности товаров и услуг фирмы, то есть от того, насколько они лучше по сравнению с аналогами — продукцией и услугами других фирм. В чем же сущность этой категории рыночной экономики?

Это весьма многоаспектное понятие, означающее соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, техническим, экономическим, эстетическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям его реализации (цена, сроки поставки, каналы сбыта, сервис, реклама). Более того, важной составной частью конкурентоспособности товара является уровень затрат потребителя за период его эксплуатации.

К сожалению, до 90-х гг. действовавшая в стране административно-командная система не ориентировала предприятия сферы производства товаров и услуг на повышение конкурентоспособности их продукции. Проблема конку-