

Хамицевич Г. В., БГЭУ (Минск)

ВЛИЯНИЕ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИК СТРАН ЦЕНТРАЛЬНОЙ И ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ

Существует некая зависимость между темпами экономического роста и притоком прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в страну. Однако характер этой связи не так уж однозначен. С одной стороны, рост может быть ускорен значительными вливаниями иностранного капитала, приносящего с собой новые технологии и мощностя, управленческий опыт, а также предоставленными возможностями на мировой рынок. С другой - иностранные инвестиции направляются в первую очередь в страны, уже добившиеся наибольших успехов в создании рыночной экономики и в выходе на траекторию устойчивого экономического роста.

Страны Центральной и Восточной Европы (ЦВЕ) не являются в данном случае исключением. Так, экономический подъем в Венгрии за последние несколько лет был во многом обеспечен стабильным притоком ПИИ. Филиалы иностранных компаний повысили конкурентоспособность страны на мировых рынках и способствовали общему оживлению инвестиций в промышленный сектор. В то же время наиболее благополучная по критериям трансформации Словения привлекает весьма ограниченные объемы иностранного капитала. С другой стороны, в Польшу значительные потоки инвестиций стали направляться лишь после того, как был преодолен спад производства.

Стремление стран региона проводить активную политику привлечения зарубежного капитала свидетельствует о том, что в процессе трансформации они во многом делают ставку именно на ПИИ. При этом усиление позитивного влияния иностранного капитала на экономику увязывается в этих странах (особенно в Польше, Словакии и Чехии) с возможностями привлечения ПИИ в реальный сектор и прежде всего в развитие высокотехнологичных производств экспортной ориентации. В частности, именно благодаря прямым инвестициям страны Восточной Европы смогли относительно быстро переориентировать товарную структуру продукции, приблизив ее к стандартам ЕС. Между степенью проникновения иностранного капитала в страну и темпом ее структурной трансформации прослеживается прямая связь.

Харкевич А. М., БТЭУПК (Гомель)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ СБЫТА

Формирование комплекса маркетинга промышленных предприятий Республики Беларусь в новых экономических условиях предполагает реструктурирование всех функциональных сфер деятельности хозяйствующих субъектов, но главным образом это касается сферы сбыта готовой продукции.

В настоящее время выбор каналов сбыта промышленными предприятиями, как правило, осуществляется по критериям низких затрат, удобства, близости и традиционности. Для рационализации сбытовой деятельности разработаны методики оптимизации затрат на организацию системы сбыта.

В условиях значительного разнообразия видов оптовых и розничных посредников, а также форм организации каналов сбыта необходимо разработать модели распределения товаров, позволяющие выявлять конкретные стратегии развития сбытовой сети,

устанавливать слабые места в использовании оптовых и розничных посредников, а также обеспечивать экономически обоснованное развитие сбытовой политики промышленного предприятия.

Разработка экономических моделей сбыта товаров промышленными предприятиями позволит улучшить методологическую базу для принятия управленческих решений по реализации продукции производителями и торговыми посредниками.

Хартман Е.А., БФ БГЭУ (Бобруйск)

СТРАТЕГИИ ИНТЕГРАЛЬНЫХ МОДУЛЕЙ В ТОВАРНОЙ СТАНДАРТИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В практике работы предприятий считается целесообразным выпускать не ограниченное количество изделий, а достаточно широкий их параметрический ряд. Разрабатывая стандартный товар для различных целевых сегментов рынка, предприятие должно вносить в каждый целевой продукт те изменения, которые не только обеспечат ему успех на целевом рынке, но и не потребуют значительных изменений в технологии производства или сырье. Работа по стандартизации выпускаемой продукции для целевых рынков требует от товаропроизводителей четкого контроля за сменой фаз жизненного цикла производимой продукции, так как это влияет на основные количественные характеристики структуры ассортимента. Так, на стадиях внедрения и спада целесообразно продавать только те модели, которые традиционно пользуются спросом; на стадии роста необходимо расширять ассортимент, а на стадии зрелости и насыщения предлагать полный набор изделий всего параметрического ряда.

Эффективность товарной политики следует определять качественно новым подходом, основанном на принципе интегральности, который заключается в объединении большого количества взаимосвязанных компонентов, одновременно включенных в единый технологический цикл, обеспечивающий создание продукта, выполняющего определенную потребительскую функцию.

Термин «интегральность» отражает факт объединения отдельных компонентов и технологий производства единицы товара в конструктивно единый процесс, а также факт усложнения или совершенствования выполняемых этим товаром функций по сравнению с функциями, которые выполнял ранее производимый товар. Данный подход к разработке товарной политики можно определить как «интегрально-модульный».

В качестве элементов интегрального модуля для разработки новой продукции предлагается использовать сначала на виртуальном уровне с определением в качестве базы сравнения лучшего из производимых образцов, последние конструктивные разработки в области производимого товара, материалов, моды, функциональных возможностей продукта, дизайна. Затем разработать на их основе виртуальный образец и предложить его для экспертного оценивания независимым экспертам - специалистам в тех сферах деятельности, из которых составлялись элементы интегрального модуля.

Так как в основе развития товарной политики лежит постоянное усложнение и совершенствование функций, выполняемых производимой продукцией, то на определенных этапах развития производства становится невозможным решение новых задач старыми средствами. Поэтому основными факторами, определяющими смену элементов интегрального модуля при производстве новых видов продукции являются: функциональное назначение, надежность, габариты, масса, стоимость, мощность и