

В данной связи важное значение приобретают маркетинговые исследования, целью которых является обеспечение руководства предприятия и его служб достоверной информацией о рынке, структуре и динамике спроса, вкусах и желаниях покупателей.

Применительно к ОАО «Минскмебель» можно рекомендовать:

- внедрение новой техники и технологии, предусматривающей повышение конкурентоспособности продукции;
- освоение новых моделей мебели с более высокими потребительскими свойствами для расширения внешнего рынка сбыта товаров;
- развитие маркетинговых исследований и ситуационного анализа, позволяющих более полно оценить перспективы рыночного успеха предприятия.

Томчик В. К., Томчик Н. А., БТЭУ (Гомель)

УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Показателем экономичности затрат выступает минимизация уровня затратноемкости операционной деятельности. Снижение уровня затратноемкости является важной задачей, но не основной целью управления затратами. Целью управления затратами является оптимизация их суммы и уровня, обеспечивающая высокие темпы операционной деятельности и прибыль.

Управление затратами на предприятии связано с действием определенных факторов, влияющих на их формирование. Факторами, зависящими от деятельности предприятия, являются: объем операционной деятельности; структура продаж; продолжительность операционного цикла; уровень производительности труда состоянии используемых производственных основных фондов; обеспеченность собственными оборотными активами. Факторами, не зависящими от деятельности предприятия, являются: темпы инфляции; уровень развития отдельных сегментов товарного рынка; изменение видов и ставок налоговых платежей, относимых на себестоимость продукции.

Учет этих факторов позволит более эффективно управлять затратами предприятия. Эффективность этого управления существенно возрастет при внедрении на предприятии системы контроллинга.

Целенаправленное управление постоянными и переменными затратами, оперативное изменение их соотношения при меняющихся условиях хозяйствования позволяет увеличить потенциал формирования операционной прибыли, а использование ABC-анализа и механизма операционного левериджа существенно повысит эффективность такого управления.

Тришин Д. В., ВГТУ (Витебск)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАРКЕТИНГА В ПРОЦЕССЕ ЭВОЛЮЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ МОДЕЛЕЙ

Инновационный процесс – это последовательная цепь событий, в ходе которых новшество реализуется от идеи до конкретного продукта, технологии или услуги и распространяется в хозяйственной практике. Причем инновационный процесс не заканчивается так называемым внедрением. Процесс не прерывается, нововведение совершенствуется, делается более эффективным, приобретает новые потребительские свойства, что открывает для него новые области применения, новые рынки, а значит, и новых потребителей.

Процесс эволюции моделей инноваций показывает объективность этого процесса и неизбежность появления нового типа научной деятельности, который опирается на особенности информационного обмена посредством локальных или интегральных сетей.

Концепция современного управления инновационным процессом в рыночной экономике имеет принципиальные отличия. Центральной является проблема внедрения нового продукта, услуги или технологии, их восприятия рынком, решение которой закладывается на самых ранних этапах формулирования идеи и разработки нововведения. Критическим событием инновационного процесса в рыночной экономике становится выявление или формирование рыночной ниши, платежеспособного спроса на инновацию. В связи с этим оценка предпочтений потребителя, планирование допустимых ценовых параметров новшества, выявление возможных масштабов рынка выступают как неотъемлемый элемент управления инновационным процессом.

Трояновская Г. В., БГЭУ (Минск)

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТОРГОВОГО АССОРТИМЕНТА

Основными составляющими товарного обеспечения розничного товарооборота – одного из важнейших показателей оценки состояния потребительского рынка – являются поступления товаров от отечественных товаропроизводителей и импорт.

Умеренный импорт стимулирует предприятия отечественной промышленности в условиях конкуренции расширять и быстрее обновлять ассортимент потребительских товаров, снижать цены. Однако агрессивный импорт, вытесняющий товаропроизводителей с их же рынка, наносит существенный урон отечественной экономике.

На потребительском рынке республики продаются товары, аналоги которых в достаточном количестве могут вырабатываться отечественными товаропроизводителями. Это относится к макаронным изделиям, кисломолочной продукции, пиву, одежде, обуви и некоторым другим товарам. Пользуясь открытостью границ с Россией и наличием таможенных льгот, активно насыщают потребительский рынок импортом отечественные предприниматели, а также физические лица. Особенно много импорта продается на вещевых рынках, где значительную долю занимают товары легкой промышленности китайского происхождения.

На теневой импорт товаров, ввозимых без уплаты таможенных платежей, приходится значительная доля емкости рынка. По прогнозам экспертов, к 2010 году китайская продукция займет 70% мирового рынка легкой промышленности, что может привести к ликвидации многих белорусских предприятий. Нежелание КНР ревальвировать свою национальную валюту, курс которой искусственно занижен по отношению к доллару, позволяет экспортировать товары по чрезвычайно низким ценам, и конкурировать с китайскими товарами отечественным предприятиям сложно.

В условиях нарастающей экспансии импорта является правомерным применение мер защиты национальных производителей и внутреннего рынка, принятых в международной практике и, прежде всего, в ВТО. Это относится к специальным защитным, антидемпинговым и компенсационным мерам, которые могут применяться в соответствии с Законом Республики Беларусь «О мерах по защите экономических интересов Республики Беларусь при осуществлении внешней торговли товарами».

Защитные меры в отношении отечественных производителей применяются во многих странах мира. Это тарифное регулирование, антидемпинговые, специальные и компенсационные пошлины, нетарифные ограничения, включая квотирование и лицензирование, так называемые технические барьеры в торговле. И хотя положения ВТО