

ведущих производителей БРЭА расширили гамму выпускаемых изделий за счет нового вида звукопроизводящего устройства - компакт - дисковых проигрывателей, отличающихся уменьшенным размером пластины при несколько большей продолжительности звучания и т.д. В настоящее время эти аппараты уже составляют серьезную конкуренцию традиционным электрофонам.

Важным обстоятельством, которое нельзя не учитывать, говоря о влиянии научно - технического прогресса на конкурентоспособность товаров длительного пользования, является совершенствование существующих или разработка новых видов изделий, используемых с ним в комплексе. Такие изделия могут предъявлять новые требования к параметрам товаров длительного пользования, изменяя тем самым его конкурентоспособность.

В связи с этим возникает необходимость оценить качество нововведений или оценить, насколько социальные, функциональные, эргономические, эстетические, экологические свойства, а также свойства надежности и безопасности у предлагаемых изделий отличаются в лучшую сторону от свойств аналогичных изделий и на этой основе определить степень новизны товаров. Кроме этого, необходимо проводить и анализ социально-экономической целесообразности производства этих товаров.

Таким образом, обеспечение качества товаров длительного пользования является важной проблемой в условиях ускорения научно - технического прогресса и резкого сокращения жизненного цикла товаров. При разработке товаров длительного пользования необходимо выяснить, в какой стадии жизненного цикла находятся его аналоги, уже представленные на рынке. Включаясь в производство товара, вступившего в стадию зрелости, можно оказаться на рынке в тот момент, когда начинается стадия старения и спрос стремительно упадет. С другой стороны, неправильно определив стадию роста товара - аналога, приняв ее, например, за наступление зрелости, можно упустить возможность увеличения объема продаж. Таких «подводных камней» немало, и их необходимо обходить, правильно учитывая динамику и продолжительность жизненного цикла товара.

Цыганков А.А.  
БГЭУ (Минск)

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Для обеспечения сбалансированного развития экономики, по крайней мере, в переходный к рынку период, государству необходимо использовать методы регулирования цен, так как складывающийся механизм не обеспечивает оптимальных соотношений цен и распределения ограниченных ресурсов. Переход к свободному ценообразованию возможен только лишь после формирования конкурентного рынка, когда исчезнут дефицит и монополия

государственной собственности, и будут сформированы реальные цены равновесия, не соответствующие первичным ценам либерализации, введение которых в условиях дефицита означает только повышение цен при сохранении старых производственных структур.

С другой стороны, опыт развитых стран свидетельствует, что система жесткого контроля за ценами с использованием принципа их блокирования исчерпала себя. Подобный контроль делает рынок менее гибким, сдерживает рост производства и доходов населения, конкуренцию и на определенном этапе ограничивает свободный перелив капиталов, мобильность рынка труда, рынка товаров и услуг. Основным недостатком механизма блокирования цен является затруднение процесса инвестирования и расширение рамок бюрократизации хозяйственной деятельности.

Трудно не заметить тесной связи и зависимости между текущим состоянием экономики и экономической политикой, проводимой в Республике Беларусь. Поэтому, в настоящее время в целях дальнейшего совершенствования системы ценообразования необходимо:

Во-первых, качественное изменение экономической политики государства. Она должна быть направлена на формирование рыночного механизма - основы свободного ценообразования, посредством модификации и создания различных институтов рыночного типа, и в первую очередь, таких как развитие частной собственности и конкуренции.

Во-вторых, снижение контроля над ценами со стороны государства. Государственное регулирование цен в зависимости от сложившейся хозяйственной ситуации должно осуществляться только на продукцию предприятий, занимающих монопольное положение на рынке товаров, а также на товары и услуги, определяющие масштаб цен в экономике и социальную защищенность отдельных категорий граждан, то есть ограниченный круг товаров и услуг. В отношении подавляющего большинства товаров, производимых субъектами хозяйствования, государство определяет только общие правила и принципы ценообразования.

Данное обстоятельство подтверждается опытом развитых стран, в которых рыночный механизм ценообразования гибко сочетается с механизмом государственного регулирования цен на отдельные группы товаров, что позволяет государству с помощью цен определять и реализовывать цели и приоритеты экономического и социального развития, формировать соответствующие пропорции.

В-третьих, на уровне предприятий необходим отказ от затратного пассивного (рис.1) и переход к активному варианту ценообразования при затратном подходе (рис.2). В силу того, что в Республике Беларусь, как следует из выше сказанного, еще не созданы условия для отказа от затратного подхода в ценообразовании и перехода к рыночному (ценностному). В настоящее время, в качестве переходной модели, может быть использован активный вариант затратного ценообразования. В отличие от пассивного варианта, активный вариант ценообразования предполагает изначальное задание цены в соответствии с ры-

ночной ситуацией, а нужная степень рентабельности достигается выбором соответствующего объема производства (продаж).

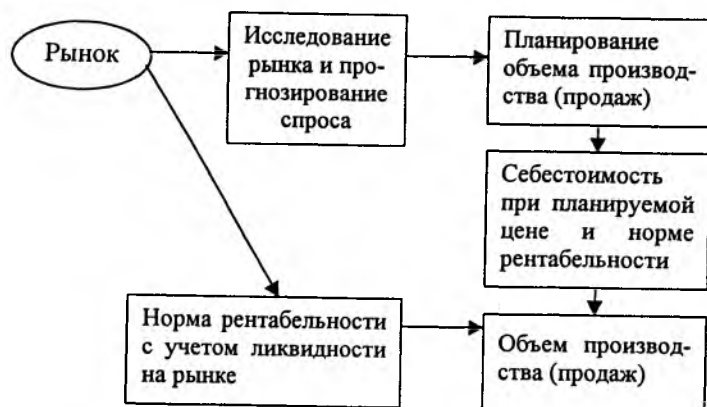


Рис.1. Пассивный вариант ценообразования при затратном подходе

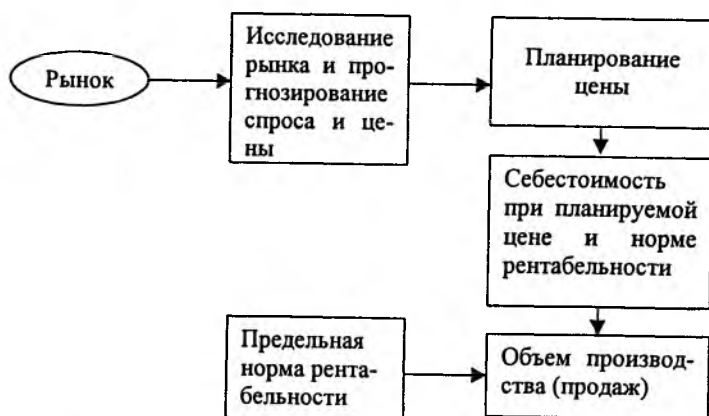


Рис.2. Активный вариант ценообразования при затратном подходе

Таким образом, совершенствование системы ценообразования в переходный период предполагает комплекс мер как на государственном уровне - по созданию условий для функционирования рыночного механизма в целом, так и на уровне предприятия - посредством использования модифицированного вари-

анта ценообразования затратного подхода, который, при сохранении всех достоинств пассивного варианта ценообразования затратного подхода, таких как:

1. Широта применения. Методики затратного подхода, снабженные соответствующими нормативами, достаточно универсальны и могут применяться для широкой номенклатуры изделий. С их помощью можно определять цены на ту продукцию, которую предприятие еще не выпускало, а также на продукцию, не имеющую широкого хождения на рынке. К тому же это самый распространенный на сегодняшний день метод ценообразования, используемый на подавляющем большинстве предприятий республики;

2. Рассчитываемая цена воспринимается потребителем как справедливая, так как калькуляция затрат делает механизм ценообразования «прозрачным». Тем самым повышается доверие к цене со стороны потребителя;

4. Расчеты опираются на данные финансовых и учетных документов, поэтому цена получает необходимое обоснование.

Черник Н.Ю.  
БГЭУ (Минск)

## ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАВОВОЙ ОХРАНЫ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ

Использование товарных знаков создает для фирм-владельцев целый ряд преимуществ, среди которых возможность создания определенного имиджа фирмы и/или товаров и осуществления более эффективной политики продаж, установление более высоких цен по сравнению с товарами «по names», возможность получения дохода от продажи прав на использование товарного знака другим фирмам, меньшая подверженность изменениям рыночной конъюнктуры, меньшая зависимость объемов продаж от усилий сферы торговли.

Наряду с этим владельцы товарных знаков сталкиваются с определенными проблемами. Одной из них является потеря марочного названия вследствие его превращения в общеупотребительное слово из-за чрезмерной популярности. Все фирмы стремятся к тому, чтобы названия их продукции стали привычными в быту, но не в такой степени, чтобы официально зарегистрированные в качестве торговых марок названия могли использоваться конкурентами для характеристики сходной продукции. Некоторые другие названия, в частности, целлофан, линолеум, аспирин, керосин, монополия (игра), корнуэльские куры, пенициллин перешли в разряд имен нарицательных, были зафиксированы словарями общего типа, вошли во многие языки и стали международными. Одни вошли в общую лексику, другие - в научную.

В некоторых случаях переход марочного названия в разряд общеупотребительного слова имеет место на территории конкретного региона или страны. Например, зарегистрированный в США торговый знак «пинг-понг» стал в Китае нарицательным понятием для настольного тенниса. В японском языке отсутст-