

## УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

*Н.А. Войтик*

Научный руководитель – д.э.н., профессор *В.И. Демидов*

*Белорусский национальный технический университет*

Основной целевой функцией управления конкурентоспособностью является адаптация продукции к конкретному рынку во времени по соотношению «востребованные качество, маркетинговое окружение и сервис — цена». Потенциальная возможность такой адаптации закладывается на стадии разработки новых изделий и уточняется по мере их освоения в производстве. Фактический же уровень адаптации продукции по соотношению «востребованные качество, маркетинговое окружение и сервис — цена» определяется потребителем при реализации продукции на рынке. Поэтому в работе предлагается использование для оценки конкурентоспособности научно-технической продукции двух показателей: коэффициента потенциальной конкурентоспособности научно-технической продукции; коэффициента реальной конкурентоспособности научно-технической продукции. Коэффициент потенциальной конкурентоспособности  $K_{\text{пот}}$  является основой для создания новых изделий, обоснования требований, закладываемых в техническое задание на их разработку и в соответствующую нормативно-техническую документацию. Он характеризует максимальную возможность ценовой адаптации новой продукции к рынку и показывает во сколько раз максимальная цена, по которой можно реализовать научно-техническую продукцию на рынке, превышает минимальную цену, рассчитанную затратным методом.

В работе приведена расчетная формула, базирующаяся на определении максимальной цены как дисконтированного дохода от использования научно-технической продукции, представляющего собой разность между верхним и нижним пределами отпускной цены новых изделий, изготавливаемых с использованием данной научно-технической продукции (нематериального актива), скорректированного с учетом коэффициента маркетинговой поддержки товара. Коэффициент реальной конкурентоспособности продукции  $K_{\text{реал}}$  характеризует привлекательность нового товара для потребителя. Он показывает, во сколько раз максимальная цена, за которую можно реализовать изделие, превышает фактическую цену его реализации. Разница между числителем и знаменателем для потребителя представляет собой неоплаченную потребительную стоимость, которая компенсирует риск, если новый товар не соответствует декларированному качеству, сервису и т.п. При соответствии качественных характеристик товара декларируемым разница представляет экономию при покупке.

Четкий экономический смысл имеет и соотношение этих коэффициентов (потенциальной и реальной конкурентоспособности), которое показывает во сколько раз цена новой научно-технической продукции, по которой она реализуется на рынке выше минимальной цены, рассчитанной затратным методом. Данное соотношение характеризует резерв ценовой адаптации продукции после выхода на рынок; показывает мультипликацию доходности новой продукции. Коэффициенты реальной и потенциальной конкурентоспособности, а также их соотношение должны быть выше 1. В этом случае можно говорить о более высокой привлекательности нового товара по сравнению с базовым для потребителя, о выгодности создания такого товара, о широте диапазона, в рамках которого предприятие может изменять цены на свою продукцию для реализации поставленных целей. Выполнение всех этих условий необходимо для сохранения интереса как у производителя, так и у потребителя к товару. Управление конкурентоспособностью научно-технической продукции посредством цены и маркетингового сопровождения товара возможны лишь тогда, когда для этого были созданы предпосылки на стадиях разработки и изготовления товара, прежде всего в виде высокого качества товара и низких издержек производства. Это связано с тем, что верхний предел цены определяется потребительскими свойствами товара, а нижний — уровнем затрат.

В научной литературе по вопросу определения конкурентоспособности продукции не

нашли отражения вопросы, касающиеся определения конкурентоспособности такого специфического товара как научно-техническая продукция. Поэтому в данной работе разработан необходимый алгоритм, базирующийся на экономических методах.

## УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ БАНКОВСКИХ УСЛУГ

*А.Г. Гамзунов*

Научный руководитель – к.э.н., профессор *С.С. Ткачук*  
*Белорусский государственный экономический университет*

Развитие рынка банковских услуг в Республике Беларусь невозможно без создания систем осуществляющих регулирование, оценку и контроль качества предоставляемых клиентам услуг. Двойственность банковской услуги, выражающаяся в нематериальности и создании непосредственно в момент оказания с одной стороны, и оуществственности базиса (деньги наличные или безналичные, ценные бумаги, права) с другой стороны определяют необходимость создания специфических систем управления качеством услуг, как на государственном уровне, так и в рамках отдельного банка.

Создание системы менеджмента качества банковских услуг предполагает исследование структуры и свойств собственно банковской услуги [2]. Качество банковской услуги можно определить, как способность совокупности характеристик услуги удовлетворить требования потребителей. Банковская услуга в хронологическом порядке представляет собой последовательное прохождение трех этапов: подготовительного этапа, этапа непосредственно оказания услуги и обратной связи с потребителями.

На каждом этапе оказания услуги качество приобретает различные значения и требует от специалистов создания различных организационных моделей. Для всестороннего удовлетворения потребностей необходимо проведение реинжиниринга банка с целью изменения функционально-ориентированной структуры на процессную структуру. При которой различные операции объединяются в технологический процесс конечной целью которого служит удовлетворение потребностей клиента.

Особенностью оценки качества предоставляемых услуг является то, что в отличие от качества товаров, клиент не только воспринимает результат услуги, но и является соучастником в процессе её оказания[4]. Существуют различные методики исследования качества банковских услуг. Одной из широко применяемых методик является модель SERVQUAL. Данная методика включает в себя 5 параметров для оценки[3].

Адекватное описание процесса возможно с помощью процедуры моделирования. Одной из распространенных методологий для создания функциональных моделей сложных систем и процессов является методология IDEF0[4]. Программным продуктом с помощью которого осуществлялось моделирование - программа EM tool EFF0.

Анализ международного опыта и особенностей финансово-банковской системы Республики Беларусь позволяет сделать следующие выводы:

1. Управление качеством банковских услуг возможно при помощи создания многоуровневых систем контроля, оценки и регулирования.

2. Построение системы менеджмента качества банковских услуг должно отражать потребности клиентов с учетом сегментирования на группы (частные клиенты, корпоративные, SME).

3. Создание организационных структур ориентированных на клиента возможно при помощи реинжиниринга бизнес-процессов в соответствии с требованиями стандартов группы ISO 9000

### Литература

1. Давид Марка, Клемент МакГоуэн. Методология структурного анализа и проектирования. Пер. с англ. М.:1993, 240с
2. Окрепилов В.В. Управление качеством. – М: ОАО «Издательство экономика», 1998. – 635 с.