

учете затрат на качество сочетать действующую систему учета с новыми формами и способами учета данных расходов, при сохранении благоприятного рабочего климата и высокого уровня удовлетворенности потребителя. К числу психологических проблем можно отнести причины субъективного характера, связанные с высшим руководством и персоналом предприятий и организаций, которые проявляются в личной незаинтересованности в функционировании данной системы, сопротивлении нововведениям и новшествам. Проблемы организационного характера связаны с недостаточно тесным взаимодействием и сотрудничеством между структурными подразделениями организации в вопросах учета, оценки и анализа затрат на качество.

Для эффективного менеджмента качества перспективным и своевременным является внедрение системы управления затратами, связанными с качеством, необходимой для повышения конкурентоспособности предприятий и организаций.

*Л.С. Пацай, аспирантка
БГЭУ (Минск)*

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

Стратегический анализ потребительского рынка является логическим продолжением конъюнктурного, но отличается от него более широким кругом охватываемых проблем и более глубоким изучением взаимосвязей и закономерностей товарно-денежного обращения. Стратегический прогноз в отличие от конъюнктурного, преимущественно предупреждающего, носит характер перспективного, долгосрочного.

Сформулируем базовые методологические подходы при разработке стратегий развития потребительского рынка:

- системный подход предписывает рассматривать рынок как множество взаимосвязанных и взаимодействующих элементов, образующих определенную целостность. Аналитическая деятельность по выработке стратегии должна начинаться с четкого формулирования целей, при этом глобальная стратегическая установка рассматривается как единая система, включающая набор частных стратегий. Отсюда вытекает необходимость прогнозирования последствий реализации и взаимосвязей частных (локальных) стратегий, а также анализа возможных альтернативных стратегий. При этом локальные стратегии не должны противоречить друг другу и глобальной стратегии;

- применение комплексного подхода предполагает учет экономических, социальных, политических, демографических, психологических и других последствий реализации выбранной стратегии. Напри-

мер, коммерциализация всех сфер деятельности потребительского рынка чревата негативными социальными последствиями, которые в свою очередь могут негативно отразиться и на общем экономическом положении рынка;

- динамический подход позволяет рассмотреть изменения ситуации во времени, и на основе ретроспективного анализа спрогнозировать будущую ситуацию на потребительском рынке;

- ситуационный подход предписывает обязательный и всесторонний анализ сложившейся ситуации на потребительском рынке и учет этой ситуации в процессе выработки управленческих решений;

- модельный подход позволяет проанализировать варианты и последствия управленческого решения не на реальном объекте управления, а на специально созданной модели объекта;

- нормативный подход состоит в обязательном учете нормативов, регламентирующих деятельность потребительского рынка со стороны внешней среды, установлении нормативов по важнейшим параметрам функционирования потребительского рынка.

Тщательно продуманное стратегическое видение дает возможность определить долгосрочные направления развития потребительского рынка. Исходя из принципа минимизации усилий и с целью недопущения непроизводительных затрат ресурсов в процессе выработки стратегий целесообразно использовать опыт развитых стран, значительное время существующих в условиях рынка и наработавших за это время богатый инструментарий рыночного анализа в приложении к промышленной сфере.

*И.Н. Пекарская, аспирантка
БГЭУ (Минск)*

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ЕГО КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

Кондитерская промышленность — одна из наиболее доходных и динамично развивающихся пищевых отраслей любого европейского государства. В Республике Беларусь она получила значительное развитие. В настоящее время в отрасли функционируют 74 предприятия с численностью работающих 8,4 тыс. чел.

Объем рынка мучных кондитерских изделий Беларуси составляет 128 тыс. т в год в натуральном выражении или около 950 млрд бел. р. в год, в стоимостном выражении. Потребности рынка мучных кондитерских изделий покрываются на 74 % отечественными производителями (95 тыс. т). Свободная ниша — 33 тыс. т — заполняется импортируемой кондитерской продукцией, большинство из которой российского производства. Всего же в Беларуси на одного человека потребляется чуть