

регламенты и процедуры. Также необходима унификация законодательства в сфере таможенно-тарифного регулирования. В частности, необходимо снятие барьеров для движения товаров, услуг, капитала, трудовых ресурсов для наращивания объемов торговли между странами ЕАЭС и укрепление таможенной защиты от внешних товаров, имеющих более высокую конкурентоспособность.

Литература

1. *Еришев, Б.* Будущее ЕАЭС: сложный поиск равновесия и роста. Макроэкономический анализ стартовой ситуации в ЕАЭС [Электронный ресурс] / Б. Еришев, М. Ковалев // Электрон. б-ка БГУ. — Режим доступа: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/104542/1/Будущее%20ЕАЭС.pdf>. — Дата доступа: 27.02.2016.
2. Основные социально-экономические показатели ЕАЭС [Электронный ресурс] // Евраз. экон. комиссия. — Режим доступа: <http://eec.eaeunion.org>. — Дата доступа: 27.02.2016.
3. Рейтинг стран по ведению бизнеса [Электронный ресурс] // Doing Business. — Режим доступа: <http://russian.doingbusiness.org/rankings>. — Дата доступа: 27.02.2016.
4. Stock of direct foreign investment [Electronic resource] / Central Intelligence Agency. — Mode of access: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2198rank.html>. — Date of access: 27.02.2016.

К.М. Сухалет
А.В. Ломако
БГЭУ (Минск)

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ И РАЗВИТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Экономический рост — это количественное и качественное совершенствование общественного продукта за определенный период времени, позволяющее значительно облегчить решение проблемы ограниченности ресурсов и удовлетворить развивающиеся потребности человека. Существует множество теорий экономического роста, которые условно можно классифицировать следующим образом: неокейнсианские теории экономического роста (основанные на совокупном спросе), неоклассические теории экономического роста (основанные на внедрении новой техники, повышении производительности, улучшении организации производства, невмешательстве государства в экономику), эмпирические теории экономического роста (основанные на поиске факторов, влияющих на экономический рост), новая теория эндогенного роста (согласно этой теории прирост знания имеет

эндогенный характер и связан с такими экономическими факторами, как улучшение возможностей для получения прибыли или рост образования).

Потребительский рынок, занимающий центральное место в современных условиях развития рынков, является своеобразным индикатором уровня экономического роста и степени удовлетворения потребностей населения, благополучия государства в целом, качества жизни населения и условий для экономического развития страны [1].

Рост уровня располагаемых доходов населения и их покупательная способность являются доминирующим фактором, определяющим успех формирования и последующего развития потребительского рынка страны. Уровень располагаемого дохода для совершения потребительских расходов до 2015 г. имел тенденцию к росту, в 2015 г. эта тенденция прервалась. Размер располагаемых доходов снизился на 5,9 п.п. и составил 94,1 % к уровню предыдущего года, что в условиях инфляции привело к снижению покупательной способности доходов. Данная тенденция говорит и о том, что потребитель будет изменять свои потребительские привычки, что может привести к снижению объема производства. Вынужденная экономия денег и контроль расходов, направленных на покупку товаров, ведут к снижению уровня потребления, приводят к замедлению интенсивности развития потребительского рынка и объемов товарооборота торговых организаций. В 2015 г. темп роста товарооборота по сравнению с 2014 г. составил 100,2 % (в 2013 г. он составлял 106,0 %). Как следствие, произошло снижение чистой прибыли организаций. Доля убыточных организаций в числе обследуемых выросла на 5,2 % по сравнению с прошлым периодом и составила 1221 единицу.

Объемы промышленного производства в 2015 г. в % к уровню 2014 г. выросли и составили 109,1 % (2014 г. к 2013 г. — 102,0 %). Сокращение спроса при увеличении уровня промышленного производства ведет к увеличению уровня товарных запасов и замедлению товарооборачиваемости — их уровень в 2015 г. увеличился на 2,5 % (запасы готовой продукции на конец периода в % к среднемесячному объему промышленного производства составили в 2015 г. 86,2 %, в 2014 г. — 75,8 %). Это свидетельствует о том, что в 2015 г. не были соблюдены необходимые условия для обеспечения экономического роста.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод о тесной взаимосвязи экономического роста с развитием потребительского рынка: показатели, характеризующие экономический рост, позволяют прогнозировать дальнейшее развитие потребительского рынка. Корректировка планов и мер, призванных положительно воздействовать на изменение данных показателей, позволят не только активизировать экономический рост, но и благотворно воздействовать на рынок потребительских товаров.

Литература

1. *Иванова, В. И.* Региональный потребительский рынок в системе государственного прогнозирования и программ социально-экономического развития Республики Беларусь / В. И. Иванова // Вестн. Белорус. гос. экон. ун-та. — 2014. — № 1. — С. 83–89.

И.В. Федорова
БГЭУ (Минск)

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ

Проблемой повышения качества продукции занимаются во всех странах мира, о чем свидетельствуют многочисленные публикации в печати, подчеркивающие, что обеспечение стабильного качества изделия возможно при условии стабильности качества исходных материалов. Благодаря теориям и деятельности целого ряда ученых к качеству было привлечено всеобщее внимание.

Исследования показывают, что стремление к повышению качества продукции во многих странах превратилось в национальное движение. Например, в США, Великобритании, Франции, Германии, Италии, Японии управление качеством выведено на государственный уровень.

Интересно рассмотреть управление качеством продукции на примере Японии.

В большинстве японских компаний действует практика целенаправленного создания собственной субподрядной сети, которая сотрудничает с заказчиком на долгосрочной основе. При этом разрабатываются специальные программы, предусматривающие изучение состояния дел у поставщиков в области качества продукции, изучение их производственных возможностей, подготовку и обучение кадров, создание и воплощение других мероприятий, от которых зависит качество поставляемой продукции [1].

Основные элементы управления качеством — фирменные службы качества на предприятиях и кружки качества. Фирменные службы качества предполагают: статистический анализ качества; тотальный контроль качества в рамках фирмы на каждом этапе производства, привлечение к системе контроля всех работников, распространение на них ответственности за качество продукции.

Деятельность кружков качества — специфическая черта японского менеджмента, обусловленная особенностями национальной культуры. Кружок качества — неформальная творческая группа, действующая автономно, самостоятельно определяющая проблемы, методы и меры деятельности. Успех работы кружка зависит от совместимости ценностных ориентаций участников, их личностных качеств.