

существенные требования в области рекламно-визуальных свойств упаковки вызваны введением новой формы покупок с помощью сети Интернет. Поэтому весьма существенной проблемой является роль упаковки в качестве носителя информации о продаваемой продукции.

Современная упаковка должна не только максимально обеспечивать сохранность продукции и иметь привлекательный дизайн, но и быть экологически безвредной, легко утилизироваться, т.к. глобальной проблемой, с которой столкнулось человечество в начале третьего тысячелетия, стало загрязнение окружающей среды бытовыми отходами, на 90% состоящими из использованных тароупаковочных изделий. В связи с этим, весьма перспективным является создание материалов, способных разлагаться под действием факторов окружающей среды.

Наметилось значительное отставание отечественной науки и промышленности в этой области. Были проведены исследования, которые позволили получить качественно новый коммерческий продукт на рынке гибких упаковочных материалов — биохимически активную биоразлагаемую композиционную пленку на основе полиэтилена. Экструзионный способ ее получения говорит об относительной простоте технологического процесса переработки и доступности оборудования. Опытная активная пленка имеет удовлетворительные физико-механические показатели, приемлемые для упаковочных материалов, сохраняет присущие полиэтилену теплостойкость до 340 К и термосвариваемость контактным способом. В допустимых пределах возрастают паро- и кислородопроницаемость пленки. Использование вышеуказанного пленочного материала в легкой промышленности позволяет совместить операции упаковывания и консервации изделий, подверженных биоповреждениям вредными насекомыми, прежде всего кератофагами.

*Войтехович А. А.
БГЭУ (Минск)*

<http://edoc.bseu.by>

ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

Развитие рыночных отношений, необходимость интеграции в мировую систему экономики и выхода с отечественной про-

дукцией на мировой рынок предопределяют особую актуальность проблемы качества в Республике Беларусь. Это обусловлено совокупностью нескольких факторов. Во-первых, высоким качеством товаров и услуг и устойчивой тенденцией к его повышению на мировом рынке, что способствует формированию новых потребностей. Во-вторых, несопоставимым с мировым уровнем низким качеством отечественных товаров. Решение проблемы видится в обеспечении выполнения международных стандартов серии ИСО 9000.

Третьим фактором, обострившим проблему качества, является рост на рынке Республики Беларусь числа фальсифицированных, контрафактных товаров, а также недоброкачественной продукции.

Фальсифицированная продукция наносит экономический и социальный вред, так как, во-первых, ухудшает имидж предприятия-изготовителя, выпускающего качественный товар, владельца товарной марки; во-вторых, не удовлетворяет потребности покупателей в товаре высокого качества; в-третьих, если реализация таких товаров осуществляется через розничную торговую сеть, то предприятия торговли несут значительные потери из-за возврата таких товаров, как не выдержавших гарантийные сроки службы (эксплуатации).

В рамках данной проблемы необходима защита потребительского рынка от недоброкачественной и контрафактной продукции, а также от предоставления недостоверной информации о товаре. Большое значение в решении данного вопроса имеет государственное регулирование. Координация действий субъектов хозяйствования осуществляется органами государственной власти путем разработки законодательной и нормативной базы обеспечения качества и конкурентоспособности товаров отечественного производства, защиты потребительского рынка от товаров низкого качества и недоброкачественной продукции. Значительную роль в деле защиты рынка от низкокачественных товаров играет торговля. При этом владение коммерческой информацией работниками торговли:

- предотвращает выведение на рынок товаров низкого качества, недоброкачественных товаров;
- позволяет предоставлять профессиональные консультации потребителям при выборе покупки;

- быть компетентными в вопросах эксплуатации, ухода и обслуживания товаров;
- способствует сохранению качества товаров при транспортировании, хранении и реализации;
- улучшает финансовые результаты деятельности торговых предприятий посредством снижения издержек, связанных с возвратом забракованных товаров, а также товаров, не выдержавших гарантийных сроков эксплуатации (службы).

Источниками данной информации являются: нормативно-техническая документация; договора, заключенные с промышленными предприятиями; специальная литература, консультации специалистов.

*Володько О. В.
ВБК НБ РБ (Пинск)*

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА СТРАТЕГИЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Эффективное функционирование предприятий невозможно без разработки и реализации комплекса частных стратегий, которые образуют общую стратегию бизнеса. При формировании стратегии бизнеса необходимо оценить, насколько значительное влияние на нее оказывают внешние факторы.

Существует несколько подходов к классификации внешних факторов, оказывающих влияние на предприятие и его деятельность. При формировании стратегии предприятия предлагается использовать разработанную модель влияния внешних факторов, которая позволяет выявить ключевые факторы при разработке стратегии.

Так как стратегия промышленного предприятия представляет собой совокупность его частных стратегий, то влияние факторов внешней среды на общую стратегию может быть определено через его частные стратегии. На частную стратегию оказывают влияние на микроуровне - поставщики различных ресурсов, конкуренты, потребители; а на макроуровне - экономические, политические, правовые, социально-культурные факторы. Вместе с тем, воздействие каждого из выделенных факторов на частные стратегии