

Законом Республики Беларусь № 129-З от 11.11.2021 г. «О туризме» был усилен механизм защиты прав потребителей, пересмотрен объем ответственности турагента и туроператора перед туристом, введены финансовые гарантии защиты прав потребителей.

Дальнейший ход получит развитие внутреннего туризма: агроэкотуризм, культурно-познавательный туризм, оздоровительные туры, а также трансграничные туристические маршруты, связанные с военно-патриотической тематикой и историко-культурным наследием.

*М. М. Еременко, канд. экон. наук, доцент
myaromenka@tut.by
Институт жилища — НИПТИС им. С. С. Атаева (Минск)
С. В. Стасюкевич, ассистент
s.stasyukevich@mail.ru
БГЭУ (Минск)*

РЕАЛИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ЖИЛИЩНОЙ ПОЛИТИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Развитие рынка жилых объектов недвижимости имеет особое значение, так как обеспеченность жильем, его доступность для населения напрямую влияют на уровень жизни и отражаются на темпах прироста населения [1, с. 420]. Рынок жилых объектов недвижимости представляет собой систему экономических отношений между продавцами и покупателями по поводу купли-продажи жилых объектов недвижимости, сдачи их в аренду, доверительного управления, ипотеки и т.д. [2].

Характеризуемый большим количеством противоречий, белорусский рынок жилой недвижимости требует проведения планомерной государственной политики, базирующейся на результатах его исследования [1, с. 421].

Цель государственной жилищной политики Республики Беларусь в области обеспечения граждан жильем заключается в создании условий для удовлетворения гражданами потребности в доступном и комфортном жилье в соответствии с их индивидуальными запросами и финансовыми возможностями, формировании полноценного рынка жилья.

Задачи государственной жилищной политики состоят в том, чтобы предоставить каждому гражданину выбор способов решения жилищного вопроса, включая строительство или приобретение жилья на вторичном рынке, наем жилых помещений государственного и частного жилищных фондов.

Реализация государственной жилищной политики предполагает использование сложной системы различных инструментов и механизмов социального, экономического и политического характера [3, с. 422].

Основными направлениями государственной жилищной политики являются:

- обеспечение доступности жилья для населения;
- развитие секторов арендного и социального жилищных фондов;
- наращивание темпов индивидуального строительства жилья путем выделения земельных участков под индивидуальную застройку и их обеспечения инженерной инфраструктурой, внедрения инновационных материалов и технологий, обеспечивающих сокращение стоимости и времени строительства;
- повышение качества, комфортности и уровня технической оснащенности жилья: обеспечение его энергоэффективности; использование систем автоматизации «умный дом» и т.п. [1, с. 427].

При этом государственная жилищная политика предусматривает оказание государственной поддержки гражданам, которые желают, но собственными силами не могут решить свою жилищную проблему.

Оценку эффективности государственной жилищной политики необходимо производить на основе системы критериев, обоснованных для конкретной страны, с учетом текущих экономических условий и соответствующих им показателей [3, с. 422].

Источники

1. *Стасюкевич, С. В.* Состояние и тенденции развития рынка жилой недвижимости в Республике Беларусь / С. В. Стасюкевич, И. В. Уриш // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: В. Н. Шимов (гл. ред.) [и др.]. — Минск : БГЭУ, 2017. — Вып. 10. — С. 420–428.
2. *Жилая и нежилая недвижимость : учеб.-метод. пособие / Л. С. Климчenea [и др.].* — Минск : БГЭУ, 2021. — 248 с.
3. *Еременко, М. М.* Принципы государственной жилищной политики и критерии оценки эффективности ее реализации (на примере Республики Беларусь) / М. М. Еременко // Жилищные стратегии. — 2018. — Т. 5, № 4. — С. 421–452.

*М. Л. Зенькова, канд. техн. наук, доцент
mariya_LZ@mail.ru
БГЭУ (Минск)*

МАТРИЧНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ С ПРИМЕНЕНИЕМ QFD-МЕТОДОЛОГИИ

Изменения в пищевой отрасли, происходящие с 2000-х гг., повлекли за собой последствия для международной конкуренции, при которых предприятия вынуждены более интенсивно адаптироваться к новому конкурентному рынку. Качество продукции в пищевой отрасли стало выходить за рамки простого предложения товаров с основными характеристиками, отвечающими требованиям стандарта или технического нормативного правового акта. Такой подход в производстве пищевой продукции стал предпосылкой для того, чтобы предприятия продолжали вести конкурентную игру. Сложилась ситуация, при которой продукция должна не только удовлетворять, но, прежде всего, удивлять своих потребителей. Так, потребители накопили определенный опыт в отношении нескольких продуктов одной линейки и во многих отношениях стали чувствительны к небольшим различиям между этими продуктами. Это также означает, что инновации (новшества) в продуктах, а также процессах производства продуктов повышают стандарты качества продукта, делая процесс разработки продукта важным фактором конкуренции предприятий.

QFD-методология направлена на решение проблем, которые характерны для ранних этапов разработки продукта — этапов планирования, проектирования и внедрения продукта. Методология также обеспечивает достижение качества продукта и восторг потребителей, поскольку акцент сделан на удовлетворение желаний потребителей по отношению к продукту. В частности, методология позволяет перевести требования потребителей на технический язык, а затем обеспечить их удовлетворение в процессе проектирования продукта. QFD-методология всегда начинается с изучения «голоса потребителя», чтобы проанализировать желания по отношению к планируемому продукту. Процесс планирования продукта представлен несколькими этапами, указанными ниже и разделенными на области: рыночная ось, технологическая ось и взаимосвязь рыночной и технологической осей.

Рыночная ось представлена следующими этапами: 1 — определение и структурирование желаний потребителей; 2 — определение весомости желаний потребителей; 3 — конкурентное сравнение однотипной продукции.