

Концепция здорового питания базируется на идее употребления экологически чистых продуктов; вегетарианском уклоне в меню; использовании сырья от местных поставщиков (мяса, овощей, фруктов, зелени, рыбы и морепродуктов, популяция которых является устойчивой); пропаганде детского полезного питания и развитии навыков здорового питания у детей, в том числе использования цельнозернового хлеба в детских меню; продвижении традиционных местных рецептов, марок вина и пива; гипоаллергенных продуктов и безглютеновых продуктов.

Помимо этого здоровое питание рассматривается и реализуется рестораторами посредством использования сыроедческих блюд, блюд без термообработки, «живой» (качественной минеральной) воды под собственным брендом, «пробужденных зерен» подсолнечника, кунжута, льна, тыквы, чечевицы и других (с повышенным содержанием минералов и витаминов); отсутствия в ресторанах алкоголя и запрета на курение; использования оптимального температурного режима и «здорового оборудования» при приготовлении блюд; приготовления пищи на пару и с минимумом соли; перехода на йогуртовую или горчичную заправку; исключения использования жира при приготовлении блюд; применения теории хромотерапии в диетологии, а также тибетских и китайских традиций в области питания и здорового образа жизни; включения в меню кислородных коктейлей (фитобары); популяризации джус-баров и т.д.

Таким образом, новые направления в организации питания не только удовлетворяют все возрастающие запросы потребителей, но и способствуют формированию навыков культуры питания и повышению качества жизни населения.

***Р.П. Валевич, канд. экон. наук, профессор
А.А. Илюсина
БГЭУ (Минск)***

РОСТ ДОХОДОВ КАК УСЛОВИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Концентрация в сфере розничной торговли, в том числе рост крупных торговых сетей, и сдвиг баланса рыночной силы от производителей в сторону розничных продавцов в настоящее время являются объективным и усиливающим конкуренцию на рынке товаров и услуг процессом.

В этих условиях торговым объектам, особенно малым и средним, не входящим в торговые сети, необходимо искать все новые источники и способы повышать свою конкурентоспособность, чтобы выжить и остаться на рынке, т.е. обеспечивать тем самым экономическое развитие.

Основы теории экономического развития заложил Й. Шумпетер в начале XX в. По его мнению, экономический рост — это количественные изменения, а именно увеличение динамики производства и потребления одних и тех же товаров и услуг. Экономическое развитие — такое состояние субъекта хозяйствования, при котором возможны положительные качественные преобразования, новшества в производстве, продукции, услугах, управлении, экономике, а также инновационная деятельность.

Финансовым источником экономического развития в торговле являются доходы организаций, однако процесс их наращивания пока проблематичен. Об этом свидетельствуют показатели, характеризующие финансовое положение субъектов хозяйствования. В 2013 г. снизилась рентабельность реализованной продукции с 12,8 до 8,7 % и увеличилось количество нерентабельных и низкорентабельных организаций (до 50,4 с 54,6 %).

Наиболее остро проблема роста доходов стоит в оптовой торговле, которая в своем развитии претерпела изменения и продолжает реформироваться — встраиваться в логистические цепи. Рентабельность продаж оптовой торговли снизилась с 4,9 % в 2012 г. до 4,0 % в 2013 г.

С помощью ABC-анализа на материалах ОАО «Минбакалеяторг» выявлено, что ассортиментная структура оптового товарооборота в 2013 г. не оптимальна. Наиболее прибыльными группами товаров стали табачные, вино-водочные и кондитерские изделия, приносящие 70,4 % выручки и составляющие 13,6 % наименований при нормативе в 20 %. Однако это не та продукция, которая связана с удовлетворением основных потребностей, к тому же она подпадает под особые условия продажи. По нашему мнению, ОАО «Минбакалеяторг» следует увеличить продажи непродовольственных товаров и повысить размер оптовой надбавки (довести ее уровень с 10 до 15 %). Ее рост приведет к увеличению суммы доходов на 52,35 млн р., а рост продаж этих товаров на 20 % увеличит сумму доходов на 24,09 млн р. Определенные перспективы роста доходов связаны с увеличением объема реализации рыбной продукции (белорусы потребляют рыбы меньше рекомендуемой медицинской нормы). Спрос на данную группу товаров остается неудовлетворенным. Организация имеет возможность увеличить объем реализации на 10 %, что приведет к росту доходов на 7,96 млн р.

Следует отметить, что в настоящее время большинство организаций концентрируется на увеличении доходов от текущей деятельности, игнорируя при этом доходы от инвестиционной и финансовой деятельности, что является упущением.

Удельный вес доходов от инвестиционной деятельности в общей сумме доходов ОАО «Минбакалеяторг» составил всего 1,32 %, а в сумме доходов от финансовой деятельности — 2,25 %. В этой связи рекомендуем

ОАО «Минбакалеяторг» разработать и реализовать мероприятия по увеличению доходов от финансовой и инвестиционной деятельности.

При условии реализации предложенных выше мер ОАО «Минбакалеяторг» и другие торговые организации будут способствовать росту доходов и содействовать экономическому развитию.

***Р.П. Валевич, канд. экон. наук, профессор
БГЭУ (Минск)***

РАЗВИТИЕ РЫНКА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ КАК ИНДИКАТОР СОЦИАЛЬНОЙ СПРАВЕДЛИВОСТИ И РОСТА КАЧЕСТВА ЖИЗНИ ЛЮДЕЙ

Потребность в продуктах питания — основе жизнедеятельности людей — является первоочередной в системе потребления, постоянно изменяется, обновляется под воздействием факторов развития мирового экономического сообщества и национальной экономики. Возможность потребления продовольственных товаров всеми слоями населения независимо от уровня денежных доходов становится для государства условием снижения социальной напряженности, а для мирового сообщества — индикатором социальной справедливости. И не случайно при исследовании степени развития человеческого потенциала и определении рейтингов уровня экономического развития стран в первую очередь учитывают уровень потребления продуктов питания населением. В Республике Беларусь придается большое значение обеспечению продовольственной безопасности страны. Коэффициент обеспеченности сельскохозяйственной продукцией (сырьевой основой производства продуктов питания) в расчете на душу населения по отношению к потребности в ней во всех регионах Беларуси возрастает, а по зерну, мясу и мясопродуктам, молоку и молокопродуктам, яйцу равен или превышает единицу, что дает возможность направлять ее не только на внутренний, но и на внешний рынок.

Физическая доступность продовольствия обеспечила рост его потребления. За период с 2005 по 2012 г. объем реализации пищевых продуктов, напитков и табачных изделий вырос на 86,5 %. Удельный вес продуктов питания в общем объеме розничного товарооборота (качественный показатель развития потребления) снизился с 54,6 % в 2005 г. до 48,5 % в 2012 г. В расчете на душу населения продажа пищевых продуктов увеличилась с 3560,0 тыс. р. в 2010 г. до 10 361 тыс. р. в 2012 г. Особенно высокими темпами в этот период росли продажи молока и молочных продуктов (темп роста — 192,0 %), рыбы и рыбопродуктов (186,2 %), плодов и ягод (199,4 %), сахара и кондитерских изделий (177,8 %). Следствием увеличения объемов покупок продуктов питания населением Рес-