

Однако, несмотря на существующие методы учета всех видов спроса, на практике они применяются достаточно редко. Это связано прежде всего с тем, что на объем и структуру спроса оказывает воздействие слишком много факторов, влияние которых определить порой бывает достаточно сложно, поэтому для того, чтобы определить фактический объем спроса, необходимо проводить комплексное и глубинное изучение всех этих факторов, на что у организаций, как правило, не хватает ни ресурсов, ни времени.

В любом случае изучение потребительского спроса выступает немаловажным фактором сбалансированности торговой организации, что в свою очередь оказывает непосредственное влияние на устойчивость торговой отрасли в целом. Поэтому объектам торговли следует уделить пристальное внимание изучению потребительского спроса и поведению покупателей. Для этого наиболее эффективным может стать привлечение сторонних организаций, профессионально изучающих рынок и располагающих высококвалифицированными кадрами для проведения таких исследований по изучению спроса, как выставки-продажи; опросы покупателей; дни учета неудовлетворенного спроса; учет отзывов покупателей; расчет прогнозов спроса; составление конъюнктурных обзоров; показы, демонстрации изделий с учетом мнений покупателей; консультации покупателей относительно интересующих их товаров.

Литература

Экономика торговли : учеб. пособие / Н. С. Шелег [и др.] ; под общ. ред. Н. С. Шелега, Р. П. Валевич. — Минск : Вышэйш. школа, 2012.

Платонов, В. Н. Организация и технология торговли : учебник / В. Н. Платонов. — Минск : БГЭУ, 2009.

Маркетинг. Исследование рынка [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.good-reklama.ru/marketing/14.html>. — Дата доступа: 13.10.2015.

Е.В. Андрос
БГЭУ (Минск)

СПЕЦИФИКА ПРИМЕНЕНИЯ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ В ОЦЕНКЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Для повышения эффективности деятельности организаций очень важно научиться соотносить результативность операций со стратегическими целями организации. В зарубежной практике широкое распространение получила методика измерения эффективности де-

тельности организации, основанная на расчете ключевых показателей эффективности (KPI) — стоимостных и нестоимостных индикаторов, используемых для оценки роста организации [1, 2]. KPI являются необходимыми инструментами.

В практике хозяйствования KPI получили широкое распространение на микроуровне для оценки эффективности деятельности работников. Причинами ограниченного использования ключевых показателей являются:

- отсутствие разработанных методических подходов к выбору критериев и показателей эффективности;
- необходимость интерактивной интеграции системы в бизнес-процессы организации (не существует единых шаблонов построения KPI, т.е. необходима адаптация проекта к условиям конкретной организации);
- потребность в высококвалифицированных специалистах;
- непонимание необходимости внедрения KPI руководством организации.

На макроуровне KPI определены как важнейшие параметры социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016 г. и рекомендованы к использованию организациями государственной формы собственности. В качестве KPI определены следующие показатели: ВВП, реальные располагаемые денежные доходы населения, индекс потребительских цен, производительность труда на ВВП, экспорт товаров и услуг, сальдо внешней торговли товарами и услугами, прямые иностранные инвестиции на чистой основе (без учета задолженности прямому инвестору за товары (работы, услуги)) [3].

По мнению автора, система ключевых показателей эффективности деятельности торговых организаций дает четкое представление о том, какие процессы играют важную роль в организации и что нужно делать для того, чтобы достичь своих целей. KPI получают выражение в целевых и пороговых значениях. В их состав целесообразно включить следующие группы показателей:

- финансовые (чистая операционная прибыль, средневзвешенная стоимость капитала, рентабельность, оборачиваемость дебиторской и кредиторской задолженностей, рентабельность инвестиций и др.);
- оценки эффективности продаж (объем продаж на 1 м² торговой площади, одного клиента, число постоянных покупателей и др.);
- оценки эффективности бизнес-процессов (уровень затрат, уровень цен, время обслуживания покупателя, ширина ассортимента и др.);
- оценки персонала (производительность труда, доход на одного работника, товарооборот на единицу фонда оплаты труда, индекс удовлетворенности персонала, коэффициент текучести и др.).

В условиях ужесточения конкурентной борьбы в ближайшие годы у подавляющего большинства отечественных организаций неизбежно возникнет потребность в оценке собственной эффективности, что в

результате приведет к активному внедрению системы КРІ в практику отечественных организаций.

Литература

1. *Бондаренко, Т. В.* Работа над ошибками, или Как разработать эффективную систему КРІ / Т. В. Бондаренко // Менеджмент сегодня. — 2010. — № 4 (58). — С. 236–241.

2. *Палей, Т. Ф.* Использование системы КРІ в процессе реализации стратегии: практический опыт / Т. Ф. Палей, Э. Г. Гаптрахимова // Вести. КГФЭИ. — 2008. — № 2 (11). — С. 27–32.

3. О задачах социально-экономического развития на 2016 г. [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 18 дек. 2015 г., № 504 // Нац. правовой интернет-портал Респ. Беларусь. — Минск, 2016.

Н.И. Асаенок
БГЭУ (Минск)

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К РАЗВИТИЮ ТОРГОВОЙ СФЕРЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Торговля — один из крупнейших видов экономической деятельности в Республике Беларусь. Традиционно в современных условиях торговые организации ориентируются на показатели прибыльности и эффективности использования ресурсов, что позволяет им сконцентрироваться на управлении оперативной деятельностью за счет применения комбинации инструментов и действий, направленных на увеличение выручки, снижение затрат и ускорение оборачиваемости капитала.

Торговля в Республике Беларусь, равно как и в других странах, развивается в соответствии с изменением потребительского спроса, ростом требований к культуре обслуживания и качеству реализуемого товара и служит одним из главных источников поступления денежных средств на формирование основ финансовой стабильности государства. В данной сфере осуществляется структурная перестройка товародвижения, активно развиваются торговые сети, наблюдается развитие специализированных и фирменных магазинов, обновление материально-технической базы, развитие новых форм и методов продажи товаров, автоматизация и внедрение информационных технологий.

Модернизация и развитие экономики Республики Беларусь предопределяют необходимость укрепления и развития государственного и частного бизнеса, однако жертвами этого укрепления все чаще становятся мелкие и средние организации. Не является исключением и рынок розничной торговли. Как свидетельствуют данные Национального статистического комитета Республики Беларусь, в настоящее