



Динамика изменения безработицы с марта 2014 г. по март 2015 г.

труда. Одним из последних способов решения этой проблемы выступило принятие Декрета Президента от 2 апреля 2015 г. № 3 «О предупреждении социального иждивенчества».

Подводя итог, хотелось бы обратить внимание на то, что одним из ключевых аспектов государственного регулирования рынка труда является забота государства о достижении в стране наиболее полной и эффективной занятости как важной социальной гарантии для экономического активного населения. Механизм формирования рынка труда должен постоянно совершенствоваться применительно к новым условиям развития рыночной экономики и формирования эффективной социальной политики.

**А.Д. Богослов**  
**А.К. Зубко**  
 БГЭУ (Минск)

## БЕЛОРУССКИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ: ЭВОЛЮЦИЯ ВЗГЛЯДОВ НА ПОТРЕБЛЕНИЕ И ПОТРЕБНОСТИ

Сегодня потребитель задает тон торговле, так как правильное выявление круга покупателей, предложение им товара определенного качества в нужном ассортименте в необходимые сроки и на выгодных условиях в итоге обеспечивает получение прибыли организацией.

Юридический словарь дает следующее определение понятия «потребитель»: гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести, либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных (бытовых) нужд,

не связанных с извлечением прибыли. Если существует потребитель, то, следовательно, имеется и потребность. Потребность — источник человеческой активности, возникающий в результате несогласования реального состояния индивида и его оптимального состояния [1].

Для того чтобы обеспечить себя потребителями, организация должна определить, какие именно потребности она может удовлетворить с наибольшим успехом. Одним из способов является сегментирование потребительского рынка. Показатели развития потребительского рынка являются значительными индикаторами экономического и социального благополучия общества в целом. Поэтому приоритетным направлением для Республики Беларусь в современных условиях является решение проблем его стабилизации и развития. В Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 года намечены следующие общие направления регионального развития потребительского рынка: принять меры по административной и экономической поддержке бытового обслуживания в сельской местности; формировать региональные целевые фонды на развитие бытового обслуживания населения; индустрия сервиса и потребительский рынок должны ориентироваться на конкретные возрастные и социальные группы населения [1].

Проанализируем динамику потребления на душу населения основных продуктов питания в Республике Беларусь (см. таблицу).

Потребление основных продуктов питания в Республике Беларусь на душу населения в год

Вид продукции	Норма	2005 г.	2010 г.	2015 г.
Мясо и мясопродукты, кг	80	68	84	88
Молоко и молочные продукты, кг	393	257	247	281
Яйца, шт.	294	279	292	310
Рыба и рыбопродукты, кг	18,2	17,7	16	16
Овощи, кг	124	136	149	107
Хлеб и хлебные продукты, кг	105	94	87	80

Источник: собственная разработка на основе [2].

По данным таблицы можно сделать вывод, что белорусский потребитель к 2015 г. стал потреблять больше положенной нормы таких видов продукции, как мясо и мясопродукты (на 8 кг больше положенной нормы), а также яйца (на 16 шт. больше нормы).

Следует отметить, что с развитием различных сфер деятельности возросло потребление информационных, банковских, финансовых услуг. Работа с потребителем сегодня ведется в условиях революционного развития информационных технологий, постоянно усиливающейся глобальной конкуренции, растущей фрагментации спроса и дифференциации предложения. Современный потребитель стал более избирательным в процессе выбора услуг и товаров, более чутко

реагирует на качество и ассортимент продукции. Для решения этой задачи используется концепция социального, или социально-этичного, маркетинга. В Беларуси она только начинает развиваться, однако с каждым годом количество организаций, придерживающихся этой концепции, растет.

### **Литература**

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. / Нац. комис. по устойчивому развитию Респ. Беларусь ; редкол.: Л. М. Александрович [и др.]. — Минск : Юнипак, 2004.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/>. — Дата доступа: 15.01.2016.

**М.С. Болтромюк**  
**А.С. Толкун**  
*БГЭУ (Минск)*

## **МЕТОДЫ ОПТИМИЗАЦИИ ТОВАРНЫХ ЗАПАСОВ**

В условиях жесткой конкуренции для обеспечения необходимых темпов роста организации актуальным является управление и оптимизация товарных запасов, так как сверхнормативные товарные запасы на складах торговой организации ведут к потерям и убыткам, мешая высвобождению оборотных средств и занимая полезную торговую и складскую площадь. В то же время их недостаточность может отрицательно повлиять на отношении потребителей.

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, на начало 2015 г. по сравнению с началом 2014 г. объем товарных запасов розничной торговли увеличился на 22,6 %, в том числе непродовольственных товаров на 23,5 %, продовольственных — на 20,4 % [1].

На начало 2015 г. наибольший удельный вес товарных запасов в организациях оптовой торговли занимают группы «фармацевтические и медицинские товары» — 2202,5 млрд бел. руб.; «прочие строительные материалы (цемент, гравий, песок, кирпич, черепица и др.)» — 1696,9 млрд бел. руб. [1].

Оптимизация товарных запасов представляет собой ряд действий, направленных на нахождение баланса между минимизацией товарных запасов и максимизацией продаж. Сегодня существует большое многообразие методов оптимизации товарных запасов. Основным методом является нормирование, которое позволяет определить минимально необходимый и достаточный уровень запасов для организации торговли.