

ние растительных и молочных ингредиентов при разработке биопродуктов позволяет естественным способом обогатить продукт незаменимыми микронутриентами и значительно улучшить органолептические показатели. При подборе состава продукта учитывалось обеспечение развития пробиотических культур; поступление в организм человека пищевых волокон; высокие органолептические показатели.

В результате разработано шесть модельных образцов биопродуктов с разными рецептурными ингредиентами, представленными в виде двухслойного десерта: кисломолочная часть (молоко, сахар, пробиотические культуры) — 55 %; фруктово-овощная основа (яблочное пюре, тыквенное пюре, переработанная вишня, сахар) — 44 %; пророщенные зерна гречихи — 1 %.

Следующим этапом разработки биопродукта было предоставление опытных образцов для фокус-дегустаций. В ходе проведенных дегустаций по полученным данным была сформирована панель дескрипторов, строящаяся графически по ароматическим, вкусовым и текстурным профилям продукта-новинки. Далее выстраивался комплексный графический портрет «идеального биопродукта», обладающий максимальной конкурентоспособностью по отношению к продуктам-конкурентам.

В результате проведенных испытаний была создана методика разработки нового продукта, которая позволяет создать востребованный целевой аудиторией продукт-новинку с заранее заданными высокими потребительскими свойствами; наглядно демонстрирует качественные характеристики; экономит маркетинговый бюджет предприятия при разработке продукта-новинки за счет конкретизации востребованных органолептических свойств продукта в ходе фокус-дегустации.

Литература

1. Пасько, О. В. Разработка технологии творожного биопродукта / О. В. Пасько, Н. А. Смирнова // Пищевая промышленность. — 2012. — № 1. — С. 42–43.
2. Артюхова, Л. М. Использование пробиотиков и пребиотиков в биотехнологии производства биопродуктов : монография / Л. М. Артюхова. — М., 2010. — 109 с.

В.Ю. Гурская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук С.Н. Лапина

ГРЕЙДОВАЯ СИСТЕМА КАК СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ МОТИВАЦИИ ТРУДА

В современных условиях практическим инструментом, который дает возможность произвести оценку должностей, является грейди-

рование. Изучение подходов к внедрению системы грейдов является актуальным для организации, так как вопросы оптимизации систем оплаты труда, а также создания дополнительных условий для карьерного роста всегда важны.

В научной литературе понятие «грейд» представляет собой установленный интервал «весов» или рангов, внутри которого должности считаются равнозначными для организации и имеющими один диапазон оплаты (тариф).

Система грейдов строится на расположении профессий и должностей работников организации по грейдам в зависимости от сложности и напряженности труда, его условий, уровня квалификации работников [1].

Грейдирование позволяет построить иерархию должностей в зависимости от их ценности для бизнеса и разработать соответствующую систему оплаты труда, точнее, базового вознаграждения, которое сотрудники получают за выполнение должностных обязанностей на «требуемом» уровне.

По мнению автора, методику определения величины заработной платы на основе системы грейдов можно представить как последовательность этапов. Первый этап представляет собой определение критериев оценки должностей (управление работниками, обязанности и ответственность, сложность работы, опыт работы). В пределах общей суммы баллов производится оценка их значимости. На втором этапе устанавливаются уровни оценивания должностей, которые отражают степень причастности конкретной должности к определенным критериям оценки с учетом личного вклада работника. Третий этап предполагает распределение факторов по уровням, каждый из которых имеет свою характеристику. На четвертом этапе определяется ценность каждой должности. Суммарная оценка показывает ценность каждой должности в организации. На пятом этапе формируются квалификационные группы — грейды. По результатам суммарной оценки должностей они объединены в квалификационные группы по оплате труда (грейды). На шестом этапе рассчитываются интервалы межквалификационных соотношений. Интервалы межквалификационных соотношений определяют путем установления минимального и максимального коэффициента для каждого грейда. На седьмом этапе определяется размер базовой величины и диапазоны окладов. Установленные коэффициенты переводят в диапазон окладов путем умножения минимального и максимального коэффициентов на установленную в организации базовую заработную плату. Диапазон окладов применяют для мотивации работников к более напряженному труду.

К недостаткам грейдовой системы можно отнести необходимость привлечения экспертов по внедрению, также значительные расходы для формирования, внедрения и дальнейшего поддержания рабочего состояния системы, сложность в оценке должностей, наличие психо-

логических проблем при разработке условий по перемещению сотрудников между грейдами.

По мнению специалистов, грейдинг в большей степени актуален для активно развивающихся организаций, поскольку процесс развития следует каким-то образом упорядочивать и структурировать, в том числе в должностях и в иерархии для исключения проблем в коммуникации, движении информации, скорости принятия решений. Введение грейдовой системы в крупных организациях позволяет поставить четкие границы в вопросах распределения власти, эффективного управления фондом заработной платы труда, обеспечивает рост мотивации сотрудников и снижение текучести кадров.

Литература

1. Об утверждении Рекомендаций по применению гибких систем оплаты труда в коммерческих организациях [Электронный ресурс] : постановление М-ва труда и соц. защиты Респ. Беларусь, 21 окт. 2011 г., № 104 // Эталон-Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2013.

А.Э. Каплич

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук С.О. Белова

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СТИМУЛЫ РАЗВИТИЯ ТОВАРОБОРОТА КАФЕ «УЮТ»

Товарооборот является одним из основных показателей оценки результативности деятельности организации общественного питания. От его величины зависят размер получаемых доходов и прибыли, возможности дальнейшего развития организации, повышения ее имиджа и конкурентоспособности. Достижение высоких показателей товарооборота зависит от эффективности приемов и средств стимулирования его развития.

Стимулирование развития товарооборота может осуществляться посредством стимулирования потребителей и персонала. Стимулирование потребителей осуществляется с целью завоевания их лояльности к конкретной организации питания. Различают ценовые и неценовые приемы и средства стимулирования потребителей: ценовые связаны со снижением цены на продукцию общественного питания, предоставляемые товары и услуги (скидки в определенные часы работы, сезонные скидки, дисконтные, бонусные карты); неценовые включают подарки для потребителей, дегустации, специальные бонусы, Event — маркетинг и др. [1, с. 24].