

Готовые коллоиды из глицеридов с комбинациями витаминов хранили при комнатной температуре (18–20 °С) в темноте.

Новые витаминные субстанции представлены для дальнейших прикладных исследований в Республиканское унитарное предприятие «Научно-практический центр Национальной академии наук Беларуси по продовольствию».

Литература

1. *Silva, H. D.* Nanoemulsions for food applications: development and characterization / H. D. Silva, M. A. Cerqueira, A. A. Vicente // *Food Bioprocess Technol.* — 2012. — Vol. 5. — P. 854–867.

2. Water — glyceride disperse systems for new water-soluble vitamin materials / J. Mikhalovsky [et. al.] // *High-TECH Chemical Technologies-2016: XVI International scientific conference, Moscow, October, 10–15, 2016 / Moscow Technol. Univ.* — M., 2016. — P. 129.

А. М. Мытник
БГЭУ (Минск)

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В СФЕРЕ БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

В настоящее время на фоне замедления роста реальных денежных доходов и достаточно высоких темпов инфляции на потребительском рынке происходит снижение покупательского спроса и, как следствие, сокращение оборота розничной торговли и платных услуг населению. Такое состояние потребительского рынка требует оперативной разработки эффективного механизма регулирования его развития и принятия мер по стабилизации.

Для повышения эффективности функционирования потребительского рынка и максимально полной реализации его потенциала необходимы разработка и внедрение Концепции управления развитием потребительского рынка товаров и услуг. Основное назначение Концепции состоит в том, чтобы определить стратегические цели, выделить приоритеты, главные направления и средства их достижения.

Бытовое обслуживание населения — одна из важнейших сфер потребительского рынка, требующая внимательного подхода к количеству и качеству предоставляемых услуг. С учетом того, что сфера бытовых услуг имеет большую социальную и экономическую значимость, ее перспективное развитие должно способствовать повышению качества жизни всех слоев населения. Использование современных

технологий и систем сервиса послужит достижению целевых ориентиров развития сферы услуг. Это усилит конкуренцию на рынке бытовых услуг и увеличит вклад сферы бытового обслуживания в экономику страны в целом, обеспечив рост доли бытовых услуг в валовом национальном продукте.

Главной целью развития бытового обслуживания является обеспечение населения широким ассортиментом высококачественных бытовых услуг, доступности их для потребителя на основе создания высокоэффективного производства. Для достижения этой цели предусматривается решение ряда задач: расширение сети объектов бытового обслуживания населения, особенно в сельской местности; обеспечение доступности по ценам и территориальному расположению объектов бытовых услуг; поддержание государственных социальных стандартов бытового обслуживания населения и достижение рациональных нормативов потребления бытовых услуг; повышение качества бытовых услуг и культуры обслуживания населения; создание конкурентной среды; совершенствование нормативной правовой базы по предоставлению бытовых услуг [1].

Для повышения качества услуг планируется ежегодное обновление действующих стандартов и технических условий на бытовые услуги, а также расширение их видов. Так, в связи с отменой в 2016 г. обязательной сертификации отдельных видов бытовых услуг (услуги парикмахерских, по техническому обслуживанию и ремонту транспортных средств, бытовой радиоаппаратуры, электробытовых машин и приборов, химчисток) значительно активизировалась предпринимательская активность в данной сфере. В последнее время наиболее активно стали развиваться фирмы, специализирующиеся на организации и оформлении праздников, а также выполнении услуг, ориентированных на домашнее хозяйство, комплексных организациях бытового обслуживания, клининговых услугах и т.д. В структуре реализованных бытовых услуг наибольший удельный вес занимают услуги по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей, а также услуги парикмахерских. Особого внимания заслуживает вопрос оказания социально значимых видов услуг малообеспеченному населению.

Литература

1. *Пароля-Тесленок, О. Б.* Качество торговых услуг / О. Б. Пароля-Тесленок // Менеджмент и маркетинг: опыт и проблемы : сб. науч. тр. — Минск : А. Н. Варакин, 2016. — С. 311–314.