

*В.В. Понятовская, О.Н. Цейрко*  
*БГЭУ (Минск)*  
*Научный руководитель Л.П. Боган*

## **СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Согласно Закону Республики Беларусь от 8 января 2014 г. № 128-З «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» общественное питание — это предпринимательская деятельность, направленная на производство продукции общественного питания, продажу и организацию потребления продукции общественного питания и товаров с оказанием либо без оказания услуг, связанных с осуществлением общественного питания [1].

Общественное питание относится к тем отраслям, которые постоянно привлекают предпринимателей. В подобный бизнес охотно вкладывают деньги, и растущий рынок дает возможность выживать и развиваться новым предприятиям, так как потребность в питании является неотъемлемой частью жизни.

В Республике Беларусь на 1 января 2016 г. функционирует 12 545 объектов общественного питания на 768,9 тыс. мест, в том числе в общедоступной сети — 8261 объект на 384,4 тыс. мест. Наибольшую долю объектов общественного питания составляют кафе. Ресторанов, кафе и баров насчитывается 4785 единиц, их доля в общедоступной сети составляет 38 %. На долю столовых приходится 37 % от общего числа объектов общественного питания республики. Оставшаяся часть торговых объектов общественного питания представлена буфетами (1391 единица), кафетериями (958 единиц), закусочными (539 единиц) и другими объектами, на долю которых приходится 4,8 % [2].

Розничный товароборот общественного питания в 2016 г. составил 1787,7 млн руб. В структуре розничного товароборота общественного питания преобладает Минск — 42,1 %, второе место занимает Гомельская область — 11,4 % в 2016 г. [2].

Норматив социального стандарта по обеспечению населения местами в общедоступных объектах общественного питания в целом по республике выполнен. При этом норматив в Минске на 1 января 2016 г. превышен, в городе насчитывается 49,7 места при установленной норме в 45 мест на 1000 жителей [3]. По областям, наоборот, наблюдается недовыполнение норматива: при норме в 40 мест на 1000 жителей в Брестской области — 38,3 места, Витебской — 38,8, Гомельской — 38,0, Гродненской — 37,2, Минской — 37,4, в Могилевской области — 38,7 [3]. Таким образом, следует открывать все больше объектов общественного питания в областях, особенно в Гродненской, в которой этих объектов меньше всего. Необходимо понимать, что социальный стандарт — это тот минимум в предоставлении услуг питания, который гарантируется государством. Поэтому большое количество таких заведений только

приветствуется. На сегодняшний день лучше всего местами общепита обеспечены Минск и Витебск.

### Литература

1. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь : Закон Респ. Беларусь от 8 янв. 2014 г. № 128-З. — Минск, 2014. — 39 с.

2. Сайт Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.min-torg.gov.by/index.php?option=com\\_content&task=view&id=605](http://www.min-torg.gov.by/index.php?option=com_content&task=view&id=605). — Дата доступа: 26.02.2017.

3. Сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/vnytrennia-torgovlya/obshchestvennoe-pitanie/>. — Дата доступа: 26.02.2017.

**А.А. Пугачева**

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель А.В. Владыко — канд. экон. наук, доцент*

## **ПОСТРОЕНИЕ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ — СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД В ПРИНЯТИИ ЭФФЕКТИВНЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ**

Традиционно действующая в большинстве торговых организаций функциональная система управления в динамичной среде хозяйствования не способствует быстрому реагированию на происходящие изменения и принятию своевременных бизнес-решений по удержанию конкурентных позиций и завоеванию новых. В эпоху глобализации, жесткой конкуренции, постоянного развития и появления новых технологий организациям, чтобы не отставать и оставаться конкурентоспособными, необходимо постоянно оценивать качество своей продукции и эффективность оказываемых услуг. При этом они должны учитывать внешнюю обстановку, своих конкурентов, поставщиков, постоянно меняющиеся законы и нормативные акты и, конечно же, своих клиентов; объективно изучать свои товары или услуги, задавая такие вопросы: можно ли улучшить свою продукцию или услуги? максимально ли эффективно ведется производство? есть ли необходимость расширить свою продукцию или портфель услуг для достижения новых рынков и клиентов?

Чтобы ответить на поставленные вопросы, необходимо построить модель бизнеса, упрощенное представление сложной реальности. Она позволяет исключить нерелевантные детали и сосредоточиться на одном или нескольких важных аспектах одновременно. Эффективные