

росте производительности труда, совершенствовании организационной культуры. Данные тенденции обуславливают движение общества к новой модели развития и использования квалифицированной рабочей силы, мотивации труда, системы подготовки и переподготовки кадров.

Анализом значимости знаний, которыми обладают сотрудники, как фактора повышения эффективности функционирования предприятия занимались многие исследователи. Так, Ф. Тейлор, американский инженер, создал систему анализа и повышения эффективности физического труда при помощи знаний, профессионально-технического обучения и научной организации, которая обеспечивала быструю подготовку квалифицированных специалистов и экономический успех индустриальных структур. Э. Пенроуз, Р.Р. Нельсон и С.Дж. Винтер изучали важность знаний в деятельности фирмы и эволюции технологий, рассматривая фирму в качестве хранилища знаний. Ч. Барнард объединил научный и гуманистический подход к знаниям и создал «теорию организации», сущность которой заключается в том, чтобы на основе субъективных знаний создать в организации систему разумного сотрудничества. Дракер П. обосновал значимость повышения производительности труда работников, производящих знание и предоставляющих услуги.

В настоящее время основными направлениями менеджмента в сфере управления человеческими ресурсами являются: привлечение талантов, их мотивирование, удержание лучших работников. Управление персоналом в условиях «новой экономики» состоит в способности менеджера оптимально использовать: капитал, умения – профессиональная подготовка кадров, их способность к обучению, и время – возможность быстро реагировать на изменяющуюся конъюнктуру рынка. Важной задачей менеджмента современной организации выступает поддержание равновесия между ее экономической, человеческой и социальной составляющими. Социальное измерение характерно для немецкой модели «экономики социального рынка», человеческое – свойственно японской модели управления, а экономическое – типично для американской акционерной модели. Переход к «новой экономике» предполагает создание интегральной структуры управления, сущность которой заключается в достижении баланса между этими тремя компонентами.

Республика Беларусь осуществляет политику, направленную на создание благоприятных условий для приобретения, применения и развития знаний и творческих способностей своих граждан. В «новой экономике» использование научно-технического и творческого потенциала белорусов, а также развитой сети университетов и академических институтов позволит Республике Беларусь утвердиться в качестве государства с большими интеллектуальными и образовательными возможностями на мировом рынке труда.

<http://edoc.bseu.by>

*Гуменников А.П.  
УО БТЭУПК (Гомель)*

## **ПЕРВОНАЧАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРИ РАЗРАБОТКЕ СТАНДАРТОВ ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ**

В практике разработки стандартов торгового обслуживания, не всегда рассматривается этап первоначальных исследований, предшествующий комплексу работ по подготовке стандартов обслуживания. Вместе с тем, на должном уровне организован-

ные исследования обеспечивают разработчиков стандартов торгового обслуживания необходимым минимумом информации, а ошибки при исследованиях приводят к увеличению сроков разработки стандартов и снижению эффекта от стандартизации обслуживания.

Разработка стандартов начинается с издания руководителем торговой организации приказа о назначении руководителя группы по стандартизации торгового обслуживания. Как правило, руководителем группы по стандартизации обслуживания назначается коммерческий директор, директор по розничной торговле или другие руководители. В зависимости от количества привлекаемого персонала и консультантов определяется срок разработки и представления стандартов на утверждение, лимит финансирования.

Руководитель группы по стандартизации торгового обслуживания собирает группу, где доводит суть приказа руководителя, определяет план работы, ответственных исполнителей по отдельным направлениям стандартизации, сроки выполнения отдельных этапов.

Для торговых организаций, не обладающих необходимой информацией о поведении потребителей, деятельности конкурентов по обслуживанию покупателей, фактического уровня обслуживания в собственных торговых объектах необходимо организовать специальные маркетинговые исследования.

Маркетинговые исследования при разработке стандартов торгового обслуживания в розничной торговле включают в себя следующие виды исследований:

- изучение статистической информации по продажам товаров;
- наблюдение за посетителями и покупателями;
- опрос посетителей;
- опрос покупателей;
- посещение торговых объектов конкурентов;
- исследование методом «Таинственный покупатель» (Mystery Shopping);
- опрос торговых работников.

При проведении всех исследований необходимо учитывать различия в продаже отдельных групп товаров. Могут проводиться и другие исследования, однако при этом необходимо соотносить пользу от информации с затратами на ее получение, а также учитывать тактические приоритеты организации в текущий момент времени.

*Гуторова И.И.  
БТЭУПК (Гомель)*

## **ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА**

Ресторанный бизнес – достаточно специфическая область предпринимательской деятельности, где успех на высококонкурентном и изменчивом рынке достигается посредством непрерывного потока управленческих решений, а временные лаги между принятием решения и финансовым результатом минимальны. Эту особенность можно оценивать двояко. С одной стороны, быстрое получение результата на принятое управленческое решение открывает возможность творческого подхода к организации всех аспектов функционирования ресторана, с другой – делает достаточно проблематичным использование стандартных управленческих решений.

Ситуация несколько упрощается на ресторанном рынке, где ресторатору приходится лишь учитывать рыночную тенденцию. К наиболее значимым ее проявлениям в современных условиях можно отнести следующие: