

тата на единицу ресурсов (затрат). Критерии социально-экономической эффективности могут иметь разное проявление на конкретных уровнях. Так, критерий экономической эффективности торговых предприятий на микроуровне целесообразно определить как повышение результатов деятельности (прибыли) при одновременном снижении затрат и рациональном использовании ресурсов, а критерий социальной эффективности — как формирование здорового социального микроклимата на предприятии, удовлетворение спроса на продовольственные товары при высоком качестве обслуживания.

Рыночные условия хозяйствования торговых предприятий создают предпосылки разработки и использования новых показателей оценки социальной эффективности деятельности. К таковым можно отнести:

- широту и глубину товарного предложения;
- коэффициент обновляемости товарного ассортимента;
- удельный вес товаров, на которые используется система скидок в торговой сети;
- степень соответствия стандарту обслуживания покупателей в торговой сети.

Показатели социальной эффективности взаимосвязаны с показателями экономической эффективности и могут быть достигнуты только при условии достижения предприятием уровня рентабельности, достаточного для его нормального социально-экономического развития.

Препятствием для получения высоких параметров социальной эффективности являются: недостаток или отсутствие собственных оборотных средств, низкая рентабельность реализации социально значимых товаров, низкая мотивация труда торговых работников.

С целью повышения социальной эффективности деятельности торговых предприятий необходимо:

- принятие экономически обоснованных управленческих решений на основании проведения мониторинга рассмотренных выше показателей;
- контроль за процессами финансирования, управления, оптимизации структуры имущества за счет увеличения доли оборотного капитала;
- повышение платежеспособности (ликвидности) как возможности и умения маневрировать средствами предприятия.

*О.Б. Пароля, ассистент  
БГЭУ (Минск)*

## **УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА**

Среди множества факторов устойчивого развития потребительского рынка в современных условиях хозяйствования наблюдается рост зна-

чимости нефинансовых факторов, одним из которых является качество товаров и услуг.

Роль качества в обеспечении устойчивого развития потребительского рынка заключается в следующем:

- качество является одним из главных факторов выживания предприятий и организаций, средством увеличения доли их участия и уверенности на рынке;
- качество содействует устойчивому развитию общества и сохранению ресурсов;
- качество является показателем ответственности субъектов хозяйствования в цепи поставки;
- зависимость бизнеса от качества предъявляет более высокие требования к обучению всех участников-субъектов рынка.

Основные направления управления качеством продукции и услуг в целях обеспечения устойчивого развития потребительского рынка должны формироваться на базе следующих принципов:

- необходимость осознания широкими слоями населения, руководителями и работниками всех уровней роли качества в решении экономических, социальных и иных проблем, вытекающих из национальных интересов;
- овладение методами управления качеством руководителями и специалистами всех уровней;
- создание общих правовых, экономических, социальных и организационно-технических условий, обеспечивающих предприятиям и организациям возможность успешно решать задачи в области качества;
- реформирование технического регулирования, сбалансированно обеспечивающего защиту потребителей от недоброкачественной продукции и свободное перемещение товаров.

*Н.А. Подобед, аспирант  
БГЭУ (Минск)*

## **ПРИДОРОЖНЫЙ СЕРВИС КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА**

На ближайшие годы одним из приоритетных направлений является совершенствование инфраструктуры придорожного сервиса транспортных артерий республики с созданием комплексов обслуживания автомобилистов и пассажиров, включающих предприятия питания, специализирующиеся на национальной кухне, магазин товаров первой необходимости, автозаправочную станцию и благоустроенную стоянку. На сегодняшний день особое внимание уделяется развитию автомобильной трассы «Минск—Москва».

В развитие придорожного сервиса основные средства вкладываются предпринимателями, отчасти участвует Белкоопсоюз. Необходимо отметить, что последний, действуя в соответствии с Государственной