

Т.Ю. Галай, Е.В. Лишай
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С.О. Белова, канд. экон. наук, доцент

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

Потребительский рынок выступает индикатором социально-экономического развития любой территории и страны в целом. Здесь реализуются повседневные потребности населения, уровень удовлетворения которых определяет эффективность функционирования всей экономики, ее конкурентоспособность. Основными сферами потребительского рынка являются торговля, общественное питание и бытовое обслуживание населения. Рассмотрим развитие основных его составляющих: розничной торговли и общественного питания. За 6 месяцев 2018 г. товарооборот общественного питания вырос относительно такого же периода 2017 г. на 11 % в сопоставимых ценах, а розничный товарооборот — на 8,9 %. За первое полугодие количество объектов общественного питания возросло на 4 % и составило более 15,3 тыс. объектов на 841,2 тыс. мест, а количество торговых объектов за тот же период увеличилось на 5 % и составило порядка 110 тыс. единиц [1]. По данным статистики, обеспеченность местами в общедоступных объектах общественного питания на 1 тыс. человек в целом по стране на 1 января 2018 г. составила 41,8 места (на 1 января 2017 г. — 41 место), а обеспеченность торговыми площадями на 1000 человек по республике составила порядка 740 м², в Минске — 875, что в целом соответствует ранее установленным нормативам. Основные представители торговли сегодня — частные организации. Доля товарооборота государственных организаций торговли в Беларуси составляет 8–9 %, а общественного питания — 24 %. В 2017 г. доли крупных торговых объектов и объектов общественного питания составили 37,8 и 62,5 % соответственно, доля средних — 3,9 и 7,8 % соответственно, малых — 10,1 и 9,3 % соответственно, микроорганизаций — 25,6 и 16,9 % соответственно и индивидуальных предпринимателей — 22,6 и 3,5 % соответственно [1]. Количество сетевых магазинов за 2017 г. увеличилось на 1780 ед., или 6,7 %, и составило 28 377 ед. (67 % от общего количества всех магазинов). Крупнейшим белорусским ритейлером на данный момент является торговая сеть «Евроторг», стоимость которой составляет около 1 млрд дол. Второе место занимает сеть «Остров чистоты», и с небольшим отрывом за ней следует «АМІ мебель». Расчет число сетевых объектов ресторанного бизнеса, представленных как известными во всем мире заведениями, работающими по системе франчайзинга (McDonald's, KFC, Burger King, Texas Chicken), так и белорусскими сетевыми ресторанами (Pizza Tempo, Funny Chicken и др.). Стратегическим направлением регулирования потребительского рынка выступает создание условий для его устойчивого развития,

удовлетворения спроса потребителей, для эффективного функционирования контрагентов рынка. В Республике Беларусь формируется гибкий механизм регулирования и функционирования потребительского рынка, основанный на рыночных принципах и ориентированный на потребителя, что нашло свое отражение в законодательных актах, принятых Министерством антимонопольного регулирования и торговли. Перспективы развития потребительского рынка: поиск направлений удовлетворения индивидуализированных потребностей населения в товарах и услугах; развитие как сетевого, так и не сетевого бизнеса в сфере торговли и общественного питания (востребованными являются форматы «у дома», сохраняющие индивидуальность и атмосферу), инновационное преобразование деятельности субъектов рынка, создание условий для их инвестиционной активности.

Источник

1. Розничная и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2017. — 224 с.

В.А. Гончарова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С.О. Белова, канд. экон. наук, доцент

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИСТЕМЫ КРІ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТНИКОВ В ОРГАНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Эффективность и конкурентоспособность хозяйствующего субъекта зависят от профессионализма работающих в этой организации кадров. А эффективность работы каждого отдельного сотрудника напрямую зависит от уровня мотивации, желая достигать поставленных целей и задач. Поэтому руководители компаний и организаций постоянно в поиске форм и систем стимулирования, которые позволят каждому работнику получать доход соразмерно приложенным усилиям. В связи с этим, в мировой практике наработано множество рекомендаций по применению гибких систем оплаты труда, увязывающих результаты труда с его оплатой, но все большее распространение получило использование системы ключевых показателей эффективности. КРІ (от англ. *Key Performance Indicators* — ключевые показатели эффективности) — показатели деятельности подразделения (предприятия), которые помогают организации в достижении стратегических и тактических (операционных) целей. Сотрудники организации, выполняя планы по показателям, удовлетворяют желания руководства, а компании считают нужным отблагодарить их за