

так и для отдыха. Увеличение объектов питания способствует наращиванию доли постоянных клиентов, приносящих стабильную выручку организации. Стремиться к таким амбициозным целям без наличия достаточного опыта, ресурсов и компетенций — опрометчиво. Поэтому открытие объектов по франшизе будет гарантией обеспечения объекта всеми необходимыми ресурсами и компетенциями в обмен на процент от прибыли.

### **Источники**

1. Белфранчайзинг [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [www.belfranchising.by/](http://www.belfranchising.by/).

**М.А. Горбунова, К.И. Мисник**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — Р.П. Валевиц, канд. экон. наук, профессор*

## **ТЕОРИИ РАЗВИТИЯ АССОРТИМЕНТНЫХ КОНЦЕПЦИЙ И ОЦЕНКА ВОЗМОЖНОСТИ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Ассортимент — это отражение отраслевой и межотраслевой пропорции в составе товарного предложения, которое характеризует результаты деятельности предприятий. Управление ассортиментом на предприятиях является центральным звеном в содержании коммерческой деятельности предприятия. Ассортиментная политика выделяет концепции для совершенствования продаж, далее представленные, на наш взгляд, основные из них [1]:

1. Реализация концепции расширенного ассортимента.

2. Реализация концепции «меньше, значит больше» (LIM).

3. Обеспечение в ассортименте принципов здорового питания.

Проблема рационального питания населения имеет большое социальное значение и относится к категории глобальных. Поэтому была разработана Концепция Государственной политики в области здорового питания населения Республики Беларусь на период до 2020 года [2]. На покупку продуктов питания типичная семья в апреле–июне 2019 г. тратила 353 BYN в месяц. Удельный вес этой статьи в денежных расходах составил 27,3 %, в потребительских — 36,5 % [3]. Хочется заметить, что в республике за последнее время только в Минске открылось 132 офлайн магазина здорового питания. Наиболее ярким представителем здорового питания и умного потребления является сеть магазинов Green. Они производят фермерские продукты и продуктов с натуральным составом под собственной торговой маркой «Местное Известное», цена которых лишь на несколько пунктов выше других представителей данных групп товаров.

4. Функциональное питание. Продукты функционального питания следует разделить на пять основных групп: разработанные специально для беременных женщин и кормящих мам; детское питание; для людей, страдающих проблемами пищеварительной системы; имеющие оздоровительный эффект; специальная пища для больных (диабетиков, страдающих от ожирения). В Беларуси присутствуют линейки специального питания у некоторых крупных производителей: «Здравушка» — безлактозное молоко; «Красный Пищевик», «Коммунарка» — линейка продукции для деабетиков; «Домочай» — диетическая и диабетическая продукция и т.п.

5. «Купляйце беларускае». На современном этапе развития экономики Республики Беларусь особую актуальность приобретают вопросы улучшения управления товарами собственного производства. Но, опираясь на государственную статистику, популярность продукции белорусских производителей падает: доля продажи отечественного производства в первом полугодии 2018 г. составляла 62,7 %, в первом полугодии 2019 г. она снизилась до 61,7 % [3].

Таким образом, применение различных ассортиментных концепций обуславливает выбор возможных путей: сокращение, расширение, обновление ассортимента товаров для формирования рационального ассортимента.

### Источники

1. *Валевич, Р.П.* Инновации в формировании товарно-торгового ассортимента / Р.П. Валевич, С.О. Белова // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: В.Н. Шимов (гл. ред.) и др. — Минск : БГЭУ, 2015. — Вып. 8. — С. 40–45.

2. Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://mart.gov.by/>.

3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>.

*СНИЛ «Гандаль»*

*Д.И. Горошевич*

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — И.М. Микулич, канд. экон. наук, доцент*

## ОШИБКИ ПРИ ПОСТРОЕНИИ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ

Самыми распространенными ошибками при построении системы мотивации являются следующие:

1. Построение системы мотивации персонала без конкретной цели. Мотивация персонала должна быть целенаправленной, только