

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ПИТАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Развитие рынка услуг общественного питания в Беларуси обусловлено внутренними экономическими, культурно-этническими и социальными факторами, которые оказывают влияние на скорость расширения и направленность сети предприятий. В 2011 г. начала действовать Директива Президента Республики Беларусь от 31 декабря 2010 г. № 4 «О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь». Это серьезный шаг в диалоге между правительством и частным предпринимателем. В деле развития ресторанного бизнеса и рынка услуг общественного питания данная Директива в совокупности с НПА о свободном ценообразовании позволила собственникам кафе, ресторанов, столовых (независимо от принадлежности к наценочным категориям) самостоятельно регулировать размер наценок и осуществлять свою деятельность исходя из формирующегося спроса. Однако не только организации и предприятия открытой сети получили серьезный толчок к развитию. Стоит отметить, что и в функционировании закрытых столовых (при промышленных предприятиях) с относительно низкой стоимостью среднего чека наметились положительные тенденции в хозяйственной деятельности. Для обеспечения доступности питания в столовых на продукцию собственного производства применяется минимальный размер наценки (от 10 до 50 % ,). Порядка 30 % производственных организаций республики возмещают часть стоимости питания за счет собственных средств, через выделение дотаций от 1 до 12 тыс. р. из чистой прибыли. Широко используется кредитная система расчетов за обеды (в счет заработной платы). В зависимости от производственного предприятия и принимаемых мер стимулирующего характера охват питанием работающих сегодня составляет от 15 до 100 %.

В помощь такого рода предприятиям общественного питания, несущим, без сомнения, важную социальную функцию, направлено постановление Совета Министров Республики Беларусь от 7 февраля 2012 г. № 127 «О создании условий для питания работников». Теперь, руководствуясь данным постановлением, каждый наниматель не только обязан обеспечить работников местом для приема пищи, но и организовать питание посредством работы объекта общественного питания и доставки питания по заказам работников и (или) выездного обслуживания организациями, специализирующимися на оказании таких услуг, а также через другие формы обслуживания. Таким образом, данные изменения должны способствовать популяризации услуг кейтеринговых организа-

ций и столовых при промышленных предприятиях, тем самым улучшая финансово-экономическое положение последних.

Помимо перечисленных форм стимулирования развития питания при промышленных организациях возможно использование зарубежного опыта, например, системы сервис-чеков для обеспечения работающих граждан бесплатным питанием. Напомним, как работает система. Оператор (а в мире их работает несколько) выпускает сервис-чеки определенного правительством страны номинала. Сумма сервис-чека должна быть сопоставима с затратами на один прием пищи. Заинтересованный работодатель заключает соглашение с оператором и приобретает у него сервис-чеки для своих сотрудников. Работник, получивший сервис-чек, может использовать его в объектах питания или магазине — на приобретение продуктов питания (обычно речь идет о продовольственных товарах, причем сигареты и алкоголь за чек не продадут, обналечить его также не удастся). После оплаты услуг общепита или продуктов питания сервис-чеками организации торговли или общепита предъявляют сервис-чек к оплате оператору.

С распространением сервис-чеков у собственников предприятий HoReCa пропадает искушение отказаться от пробития полученной выручки, следовательно, можно рассчитывать на дополнительные поступления в бюджет.

Сегодня создаются все условия для развития рынка услуг общественного питания в Беларуси. Государство сделало серьезный шаг в сторону либерализации и мотивации предпринимательской деятельности. Как отреагирует на него бизнес, станет ясно уже в ближайшее время.

*Л. С. Климченя, канд. экон. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ

Важность розничной торговой сети определяется ее социально-экономической значимостью, выраженной в сокращении затрат времени покупателей на приобретение товаров, удовлетворении спроса на товары.

Развитие торговой сети городов осуществляется в соответствии с генеральными схемами размещения крупных торговых объектов городского значения, градостроительной политикой, определенной генеральным планом развития конкретного города. Так, в Минске в рамках осуществления Стратегического плана устойчивого развития г. Минска и реализации Генеральной схемы размещения крупных торговых объектов городского значения до 2020 года одним из важнейших стратегических направлений в развитии торговой сети признано проектирование и создание крупных торговых объектов.