

**БЕЛКООПСОЮЗ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ»**

ЭФФЕКТИВНОСТЬ СФЕРЫ ТОВАРНОГО ОБРАЩЕНИЯ И ТРУДА

**СБОРНИК НАУЧНЫХ СТАТЕЙ
VII ПИСАРЕНКОВСКИХ ЧТЕНИЙ**

Гомель, 9–10 ноября 2021 г.

Научное электронное текстовое издание

1 электронный оптический диск (CD-R)

Под научной редакцией
кандидата экономических наук, доцента Т. В. Гасановой



**Гомель
Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
2021**

ISBN 978-985-540-599-4

© Учреждение образования «Белорусский
торгово-экономический университет
потребительской кооперации», 2021

ЭФФЕКТИВНОСТЬ СФЕРЫ ТОВАРНОГО ОБРАЩЕНИЯ И ТРУДА

Научное электронное текстовое издание

Редакционная коллегия:

С. Н. Лебедева, д-р экон. наук, профессор;
Н. А. Сныткова, канд. экон. наук, доцент;
Е. П. Багрянцева, канд. техн. наук, доцент;
Т. В. Гасанова, канд. экон. наук, доцент

Рецензенты:

С. А. Дещеня, канд. экон. наук, доцент, декан факультета экономики и права
Гомельского филиала Международного университета «МИТСО»;
Г. В. Столяров, д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры экономики торговли
Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Э 94 **Эффективность** сферы товарного обращения и труда [Электронный ресурс] :
сборник научных статей VII Писаренковских чтений, Гомель, 9–10 ноября 2021 г. /
редкол. : С. Н. Лебедева [и др.] ; под науч. ред. канд. экон. наук, доцента Т. В. Гасановой. – Гомель : учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2021. – 1 электрон. опт. диск (CD-R). – Загл. с экрана.

ISBN 978-985-540-599-4

Сборник включает научные статьи, отражающие современные подходы к формированию эффективных, адаптированных к современным условиям хозяйствования, механизмов управления предприятия, ориентированных на повышение эффективности их функционирования. Проблема оценки и поиск подходов к измерению эффективности функционирования субъектов хозяйствования сферы товарного обращения является актуальной и значимой, о чем свидетельствует содержание статей, представленных в сборнике. Каждая статья, представленная в сборнике, имеет в разной степени научную новизну и отражает авторскую точку зрения на предмет исследования. Вопросы оценки эффективности деятельности организаций сферы товарного обращения актуальны в мировом научном сообществе, что подтверждено обширной географией участников конференции, имеющей статус международной.

Издание не требует установки на жесткий диск компьютера. На диске расположен файл издания в формате pdf.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ СФЕРЫ ТОВАРНОГО ОБРАЩЕНИЯ И ТРУДА

Сборник научных статей VII Писаренковских чтений

Гомель, 9–10 ноября 2021 г.

Научное электронное текстовое издание

Сведения о программном обеспечении:

программы просмотра веб-страниц (браузеры) Opera, Internet Explorer 11 и выше,
Mozilla Firefox, Google Chrome v. 65;
Adobe Reader 9 и выше, Adobe Acrobat Pro; DVD-Rom оптический привод

Минимальные системные требования:

Процессор: 2.33 GHz, Intel® Atom 1.6 GHz.
ОС: Windows 7 и выше.
Оперативная память: 1 GB и более.

За содержание и достоверность информации в материалах сборника отвечают авторы.

Редакторы: М. П. Любошенко, Ю. Г. Старовойтова
Компьютерная верстка Л. Г. Макарова

Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации».
Просп. Октября, 50, 246029, Гомель.
<http://www.i-bteu.by>

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя
печатных изданий № 1/138 от 08.01.2014.
Просп. Октября, 50, 246029, Гомель.

Дата подписания к использованию: 03.11.21.
Тираж 13 экз. Объем 2,94 Мб. 1 электрон. опт. диск (CD-R).

Список использованной литературы

1. **Онлайн-рынок** продуктов питания 1 полугодие 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_Food_2021H1_Public.pdf. – Дата доступа : 14.03.2021.
2. **В России** рынок интернет-торговли вырос на 44% [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://iz.ru/1146788/2021-04-05/v-rossii-gynok-internet-torgovli-vyros-na-44>. – Дата доступа : 14.03.2021.
3. **Как** открыть интернет-магазин и запустить продажи. Пошаговый план [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/pro_business/kak-otkryt-internet-magazin-s-nulya-i-zapustit-prodazhi/. – Дата доступа : 14.03.2021.
4. **Weening, A.** E-commerce [Electronic resource] / A. Weening. – Mode of access : <http://www.imrg.org>. – Date of access : 14.03.2021.

УДК 005.32:331.101.3:640.45

Н. И. Курнос (natalik200@ukr.net),

канд. экон. наук, ассистент

*Полтавский университет экономики и торговли
г. Полтава, Украина*

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА КАК ОСНОВНОЙ ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КЕЙТЕРИНГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье указана важность мотивации персонала для кейтеринговых предприятий. Рассмотрены теории мотивации, которые наиболее приемлемы для предприятий кейтерингового бизнеса. Охарактеризованы основные виды мотивации в сфере ресторанного бизнеса. Предложено разработать мотивационные пакеты для персонала кейтеринговых предприятий, учитывая мотивационные факторы и функции каждого работника.

The article indicates the importance of staff motivation for catering enterprises. The theories of motivation, which are most acceptable for catering enterprises, are considered. The main types of motivation in the field of restaurant business are characterized. It was proposed to develop motivational packages for the personnel of catering enterprises, taking into account the motivational factors and functions of each employee.

Ключевые слова: факторы мотивации; мотивационный пакет; персонал; функции персонала; кейтеринг.

Key words: motivation factors; motivation package; personnel; personnel functions; catering.

В условиях всемирной пандемии коронавируса увеличивается роль предприятий ресторанного бизнеса, которые предоставляют кейтеринговые услуги. Работа традиционных предприятий ресторанного бизнеса в современных условиях очень часто ограничена карантинными требованиями. Благодаря этому фактору спрос на кейтеринговые услуги начинает расти, растет конкуренция на этом сегменте рынка. Так, в 2020 г. в г. Киеве (Украина) спрос на кейтеринговые услуги вырос в марте по сравнению с февралем на 19,2%, а по сравнению с январем – на 33,7%. При этом, по данным компании «Pro-consulting», спрос на доставку еды из супермаркетов в этот же период вырос на 600% [1].

Тем не менее, предприятиям ресторанного бизнеса очень сложно перестроиться работать на доставку еды. Кейтеринг – это вид бизнеса, который отличается от ресторанного бизнеса, и предприятиям, которые не предоставляли кейтеринговых услуг, очень сложно перестроиться на их предоставление. Растет роль кейтеринговых предприятий, для которых кейтеринг есть один из основных видов деятельности. Такие предприятия имеют соответствующее оборудование для транспортировки блюд и напитков, соответствующую мебель и посуду, налаженный технологический процесс осуществления кейтеринговых услуг, специально подготовленный персонал.

С увеличением количества кейтеринговых организаций на рынке Украины возникает необходимость в обеспечении их конкурентоспособности и эффективной деятельности. Одним из факторов эффективного функционирования кейтеринговых организаций может быть мотивация персонала.

По утверждению А. П. Егоршина, хорошо мотивированный персонал является ключом к эффективной деятельности любой организации. Однако для сферы услуг персонал является не только непосредственными работниками и представителями организации, но и составной

частью самой услуги. Если персонал недостаточно мотивирован выполнять свою работу качественно и продуктивно, то и имидж предприятия на рынке существенно падает [2].

Мотивация – это стимул, который побуждает человека выполнить определенное действие. Такое понимание заложено в основе различных мотивационных систем, применяемых в современном бизнесе и стимулирующих персонал к увеличению результативности труда и повышению прибыли фирмы. Сегодня известно более 300 теорий мотивации. На наш взгляд, применительно к кейтеринговым предприятиям наиболее полно и точно отражают факторы мотивации теории «X», «Y», «Z», пирамида потребностей А. Маслоу, модель Ф. Герцберга (рисунок).

Содержание теорий мотивации персонала для кейтеринговых предприятий



Предложенные теории мотивации, на наш взгляд, наиболее точно объясняют мотивацию персонала с точки зрения человеческих ресурсов.

По мнению И. А. Никитиной, доминирующим фактором эффективной деятельности любой организации есть мотивация, она напрямую влияет на результаты работы. Мотивированные работники будут довольны своей работой и выполняют ее хорошо. Недостаток мотивации выражается в различных нарушениях трудовой дисциплины: увеличение прогулов и личных разговоров во время работы, медленное выполнение своих прямых рабочих обязанностей. Кроме всего прочего, у сотрудников не появляется желания брать на себя ответственность. Очень часто руководители недооценивают важность системы мотивации персонала. Во многих организациях она отсутствует вовсе. Задача любого руководителя состоит в создании правильной системы мотивации. Для ее создания необходимы не только знание профессиональных качеств своих подчиненных, но и понимание их желаний, нужд и стремлений [3].

Для эффективной работы кейтеринговых организаций очень важно правильно подобрать мотивацию для персонала, необходимо учесть, что мотивация очень важна для работников на всех уровнях организационной структуры. Только при таком условии потребители смогут получить качественную услугу и захотят прийти к вам снова. При этом персонал сможет не только квалифицированно выполнять свою работу, но и выработать в себе качества гостеприимства, что очень важно при предоставлении кейтеринговых услуг.

Мотивировать персонал кейтеринговых организаций необходимо исходя из функций, которые он выполняет, т. е. для каждого работника, который задействован в предоставлении кейтеринговой услуги, необходимо разработать мотивационный пакет.

Работник в соответствии с занимаемой им должностью (официант, повар или банкетный менеджер) имеет специфику своей работы. Мотивы для каждой должностной единицы будут разными.

При организации и проведении каждого выездного мероприятия по персоналу формируется рабочая группа, в которую входят:

- менеджер по продажам (администратор);
- банкетный менеджер;
- старший повар;
- технический менеджер;
- старший официант.

В нижеприведенной таблице указаны функции работников кейтеринговой организации.

Функции работников кейтеринговой организации в зависимости от их должностей

Перечень должностей	Функции
Менеджер по продажам	Отвечает за процесс привлечения клиентов, разрабатывает стандартные пакеты предложений услуг, ищет заказчиков, заключает договоры на услуги
Банкетный менеджер	Отвечает за весь процесс в целом, руководит работой обслуживающего персонала, взаимодействует с представителем заказчика по всем вопросам: относительно процесса обслуживания, регламента подачи блюд и др.
Старший повар	Руководит работой поваров и отвечает за сервировку столов согласно регламента обслуживания
Технический менеджер	Организовывает погрузочно-разгрузочные работы на этапе заезда и выезда, несет ответственность за оборудование
Старший официант	Руководит работой официантов

Каждый работник выполняет функции, которые отличаются друг от друга и имеют свою специфику. Поэтому для разработки мотивационных пакетов необходимо подобрать мотивы, соответствующие для работников избранных категорий.

Совершенствование системы стимулирования персонала организаций сочетается с разработкой оптимальной системы мотивации работников, которая имеет индивидуальный характер для каждой организации в силу отраслевой специфики и специфики функционирования.

Специфику структур мотивационных систем организаций различных отраслей определяют следующие факторы:

- Характер производственного (технологического и трудового) процесса, который обуславливает требования к персоналу отрасли. Разновидность работ и функциональных обязанностей определяют психофизиологические характеристики работников (включая тип мотивации), способных выполнять данную работу.

- Существующие рыночные условия. Возможности предприятия в использовании различных методов и систем мотивации разная и зависит от спроса и предложения на продукцию и услуги, изготавливаемых и услуг.

- Созданная практика формирования систем мотивации в организациях отрасли [4].

В процессе труда работники кейтеринговых организаций участвуют в процессах производства, реализации продукции и организации потребления продуктов питания. Основная часть работников (повара, кондитеры, пекари и другие работники производства) занята непосредственно переработкой или доработкой продуктов, создает новую стоимость и потребительскую стоимость в виде блюд и кулинарных изделий. Результатом труда работников организаций ресторанного хозяйства, связанных с процессом реализации и организации потребления готовой кулинарной продукции и покупных товаров, является не создание новых материальных благ, а услуги по реализации и организации потребления уже созданных материальных ценностей, а также услуги по организации отдыха и досуга посетителей. Таким образом в организациях ресторанного хозяйства происходит органическое сочетание продуктивной и непродуктивной работы. Организациям этого типа присущ значительный объем трудовых операций, которые непосредственно связаны с обслуживанием потребителей и требуют прямого контакта с ними, которые трудно поддаются механизации и автоматизации, обуславливают высокую долю затрат живого труда.

Для организаций ресторанного хозяйства характерны различные виды мотиваций, они могут быть как материальной, так и не материальной формы. Рассмотрим основные виды мотиваций, которые чаще всего применяют в организациях ресторанного хозяйства.

В организациях ресторанного хозяйства США основными методами стимулирования труда являются:

- повышение заработной платы работникам в зависимости от их квалификационного уровня;
- вознаграждения за качественно выполненную работу;
- надбавки за соблюдение трудовой дисциплины;
- создание для работников компании «центров здоровья» с соответствующим оборудованием;
- предоставление финансовой помощи лицам, имеющим детей-инвалидов;
- предоставление работникам больничных услуг;
- премии менеджерам организаций при условии, что их трудом довольны подрядные сотрудники и пр. [5].

Таким образом, при разработке мотивационных пакетов для персонала кейтеринговых организаций необходимо прежде всего четко понимать функции каждого работника, изучить его потребности и, исходя из этих факторов, разрабатывать пакеты, а также изучить опыт мотивации других организаций этого вида бизнеса.

Список использованной литературы

1. **Исследования** и обзоры. Доставка еды не оправдала ожиданий рестораторов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://78.com.ua/articles/_editor/article__15451.html. – Дата доступа : 14.03.2021.
2. **Егоршин, А. П.** Мотивация трудовой деятельности : учеб. пособие / А. П. Егоршин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М., 2016.
3. **Никитина, И. А.** Мотивация персонала как основной фактор повышения эффективности деятельности предприятия / И. А. Никитина // Науч. вестн. ЮИМ. – 2016. – № 4. – С. 32–33.
4. **Тужилкіна, О. В.** Оптимізаційне забезпечення ефективної мотивації праці в контексті підвищення якості трудового життя / О. В. Тужилкіна // Соц.-трудові відносини: теорія та практика. – 2014. – № 1. – С. 266–271.
5. **Шаповалова, І. В.** Мотивація персоналу на підприємстві ресторанного господарства в умовах кризи [Електронний ресурс] / І. В. Шаповалова, А. Ю. Дзюнич. – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/shapovalova.htm. – Дата доступу : 14.03.2021.