

– поступовий розвиток сегмента онлайн-торгівлі продуктами харчування;

– впровадження нових сервісів у точках продажів, зокрема вільне володіння wi-fi, NFC-оплати картками й через Google Pay/Apple Pay, каси самообслуговування тощо, що підвищують якість споживчого досвіду.

РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Франчук А.В., гр. Е-28ск

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **А.М. Волосов**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Сучасні умови діяльності роздрібною торгівлі характеризуються посиленням конкурентної боротьби за покупця, швидкою зміною його уподобань і впровадженням інновацій в галузі. Ці чинники спричиняють підвищення ризикованості функціонування суб'єктів ритейлу. Тому нагальною потребою за цих умов дних стає управління ризиками, тобто ризик-менеджмент.

Система найтипівіших для роздрібною торгівлі включає ризики: ринкові (пов'язані, в першу чергу з купівельною спроможністю населення; ринковою вартості активів і привабливості об'єкта); валютні (коливання курсу валют); робочого капіталу (надані аванси постачальникам, відстрочки платежів); юридичні й адміністративні (законодавчих змін, втрати права власності, містобудівельні, додаткових узгоджень); точок продажу (невдале розміщення об'єкта); фінансові (фінансового ринку, фінансування проєктів); втрати доходу в межах маркетингових акцій (занадто великі знижки покупцям); пов'язані з контрагентами; шахрайських дій (з боку персоналу, покупців тощо); помилкової роботи ІТ-технологій і систем; неможливості стягнення втрат і збитків з винних осіб.

Найбільш значними вважаються ризики втрати покупців і розміщення торгових об'єктів. Знизити вплив перших допомагають постійна діяльність з вивчення «свого» клієнта, підстроювання під зміни його запитів і потреб, змінення власних бізнес-процесів (впровадження бюджетування) і формування лояльності завдяки роботі з асортиментом і постачальниками, цільовими групами споживачів, у тому числі й у соціальних мережах.

Практика управління ризиками довела, що окремі заходи з їх зменшення є недостатніми, а потрібно впроваджувати на підприємствах ритейлу саме систему ризик-менеджменту, що базується на визначенні довгострокових цілей, навчанні власного персоналу.

Впровадження ризик менеджменту у повсякденну практику, синхронізація інформації про ризики, неупереджена оцінка стратегічних рішень, прийняття помірних ризиків та їх урахування дають можливості стабільного розвитку ритейл-бізнесу.

МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ: ОСОБЛИВОСТІ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ

Хабібулін Б.Є., гр. БА-49м

Науковий керівник – ст. викл. **О.Д. Тімченко**

Харківський державний університет харчування та торгівлі

З усього розмаїття моделей систем мотивації праці в ринковій економіці більшості промислово розвинених країн виділяють три основні моделі: японську, американську та західноєвропейську (французька, німецька та шведська), кожна з яких має свої особливості.

Японська модель мотивування персоналу базується на трьох факторах: професійна майстерність, вік, стаж роботи. Вік і стаж є основою для визначення традиційної особистої ставки, а професійний розряд і результативність праці є базою для обчислення трудової тарифної ставки, яка називається «ставкою за кваліфікацію». Використання трудової ставки виключає можливість автоматичного зростання заробітної плати без підвищення кваліфікації працівника та зростання його трудового внеску, що посилює мотивацію до праці.

Американська модель мотивування праці ґрунтується на матеріальних стимулах. Найбільшого розповсюдження отримали погодинні системи оплати праці з нормованими завданнями, та різноманітні форми преміювання. Гнучкість системи оплати праці досягається завдяки періодичній атестації співробітників, на основі якої встановлюється рівень оплати праці працівників на наступний період.

Французька модель мотивування працівників містить дві складові при формуванні системи оплати праці: індексацію заробітної плати в залежності від вартості життя та індивідуалізацію оплати праці. Принцип індивідуалізації оплати праці здійснюється шляхом врахування рівня професійної кваліфікації, якості виконуваної роботи та інше.

Німецька модель мотивації праці ґрунтується на гармонійній комбінації з стимулювання праці і соціальних гарантій. Ринкове господарство Німеччини називається соціальним тому, що держава