

фам объективно необходимо использовать систему макроэкономических показателей, отражающих доходы различных категорий потребителей.

3. В систему макроэкономических показателей адресной оценки доступности универсальной почтовой услуги по тарифам целесообразно включить следующие показатели:

- валовой внутренний продукт (ВВП) на душу населения;
- средние денежные доходы на душу населения;
- средняя заработная плата;
- средняя пенсия.

4. Предлагаемые макроэкономические показатели характеризуют в среднем доходы населения. Между тем проблема доступности универсальной почтовой услуги по тарифам наиболее остро проявляется для тех категорий населения, которые имеют не средние, а минимальные доходы, что определяется социальными нормативами. Это обуславливает необходимость обоснования перечня социальных нормативов для включения в систему макроэкономических показателей для адресной оценки доступности универсальной почтовой услуги по тарифам для населения с низкими доходами.

#### *Список использованных источников*

1. Статистический ежегодник Респ. Беларусь 2012: стат. сборник / Национальный статистический комитет Респ. Беларусь. – Минск, 2012. – 715 с.

2. Статистический сборник «Социальное положение и уровень жизни населения Респ. Беларусь», 2012: стат. сборник / Национальный статистический комитет Респ. Беларусь. – Минск, 2012. - 702 с.

3. Официальный сайт Министерства труда и социальной защиты. - Режим доступа: [http://mintrud.gov.by/ru/pensia/infa2/new\\_url\\_1903258563](http://mintrud.gov.by/ru/pensia/infa2/new_url_1903258563). - Дата доступа: 22.02.2013.

4. Регионы Республики Беларусь: социально-экономические показатели 2012: стат. сборник: в 2 т. / Национальный статистический комитет Респ. Беларусь, 2012 – Минск, 2012. – Т. 1. - 702 с. - Режим доступа: <http://belstat.gov.by/homep/ru/publications/regions/2012/about.php>. - Дата доступа: 18.02.2013.

*Локтев А.В., к.т.н., доцент, Остапцева О.Ю., студент 5-ого курса  
УО «Белорусский государственный экономический университет»  
Минск (Беларусь)*

## **ВОЗМОЖНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДЕСКРИПТОРНО-ПРОФИЛЬНОГО АНАЛИЗА В ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ ДИЕТИЧЕСКОГО ПРОФИЛАКТИЧЕСКОГО ПИТАНИЯ**

В последние годы во всём мире, а в частности и в Республике Беларусь, под влиянием экологических факторов, а также с изменением условий и образа жизни произошли объективные преобразования в подходах к питанию и отношению к пищевым продуктам.

Сегодня на мировом и отечественном рынке продовольствия все чаще выделяются сегменты специализированных продуктов питания, что объясняется потребностью покупателя, в таких продуктах питания, которые бы не только удовлетворяли физиологические потребности человека в питательных веществах и энергии, но и выполняли оздоровительную функцию.

Хлеб и хлебобулочные изделия для населения Республики Беларусь, как и многих славянских народов, на протяжении веков и по сей день являются важной составной частью рациона питания, что определяется следующими факторами: высокая пищевая ценность, привлекательные потребительские свойства, разнообразный ассортимент, традиции и привычки, низкая стоимость, доступность для всех групп населения. Хлеб и хлебобулочные изделия, как пищевой продукт, являются основным источником углеводов, белков растительного происхождения, минеральных солей, витаминов группы В и РР, балластных веществ, предопределяя одну из ведущих позиций в современной концепции питания.

Анализируя современные тенденции развития рынка и повышенный спрос на хлебобулочные изделия диетического и профилактического питания, следует отметить, что хлеб и хлебобулочные изделия относятся к продуктам массового спроса и ежедневного потребления являются наиболее экономически оправданными объектами для развития сегмента диетических профилактических продуктов питания в Республике Беларусь.

С учетом данного факта, в настоящее время, создание хлебобулочных продуктов диетического профилактического назначения является весьма актуальной проблемой и стратегическим направлением развития отрасли в целом.

Согласно Техническому регламенту Таможенного Союза 027/2012 «О безопасности отдельных видов специализированной пищевой продукции, в том числе диетического лечебного и диетического профилактического питания»: пищевая продукция диетического профилактического питания это специализированная пищевая продукция, предназначенная для коррекции углеводного, жирового, белкового, витаминного и других видов обмена веществ, в которой изменено содержание и (или) соотношение отдельных веществ относительно естественного их содержания, и (или) в состав которой включены не присутствующие изначально вещества или компоненты, а также пищевая продукция, предназначенная для снижения риска развития заболеваний [1].

Сообразно с этим, хлебобулочные изделия диетического профилактического питания относятся к инновационным продуктам питания. Они имеют целый ряд существенных преимуществ по сравнению с традиционными продуктами питания – высокая усвояемость пищевого функционального ингредиента и высокая пищевая ценность продукта при его минимальной калорийности [3, с. 6]. При этом они не подразумевают «какую-либо новую» концепцию питания, а предназначены для улучшения функционирования систем организма.

Изучение поведения потребителя при выборе хлебобулочных изделий диетического профилактического питания позволяет выделить ряд особенностей: потребитель учитывает не столько содержащийся в продукте функциональный ингредиент, сколько функциональные и органолептические свойства приобретаемого продукта, с учетом потребительского фактора – узнаваемость. При этом большинство потребителей относятся к специализированным продуктам питания с осторожностью, определенной долей недоверия и любопытства. Следовательно, хлебобулочные изделия диетического профилактического питания должны интегрировать в традиционный рацион, путем изменения в стереотипах питания, создавая ассоциацию в сознании потребителей как «польза для здоровья в повседневных продуктах питания».

В настоящее время, в Республике Беларусь научно-исследовательские разработки в данной области в основном направлены на создание и производство физиологически функциональных пищевых ингредиентов и самих специализированных пищевых продуктов, при этом не уделяется должного внимания товароведным и маркетинговым составляющим.

Однако, учитывая особенности рассматриваемой группы товаров и усиление конкуренции на рынке продовольствия Республики Беларусь, первоочередной задачей для товаропроизводителя становится выпуск конкурентоспособной продукции с высокими потребительскими свойствами. Решение этой задачи видится в разработке и применении экспресс методов оценки конкурентоспособности хлебобулочных изделий диетического профилактического питания, как на стадии их производства, так и в процессе реализации.

Поскольку в данной работе рассматривается пищевой продукт, обладающий потребительскими свойствами отличными от традиционных хлебобулочных изделий, авторами предложено следующее определение: конкурентоспособность продовольственных товаров – способность продукта питания удовлетворять комплекс потребностей в данный период времени, за счет наличия качественных, экономических, маркетинговых и потребительских свойств, отличных от продукта-конкурента, в данном сегменте рынка. Из приведенного определения следует, что основными критериями для потребителя при выборе продукта является наличие «уникальных» потребительских свойств, основными из которых являются его органолептические показатели.

В основе предлагаемого экспресс метода оценки конкурентоспособности хлебобулочных изделий диетического профилактического питания лежит оценка основных органолептических показателей качества, характерных для данного продукта путем применения элементов дескрипторно-профильного анализа. Такой подход позволяет выявить органолептические преимущества и недостатки оцениваемых продуктов питания на стадии их реализации.

Данный метод подразумевает выделение признаков-дескрипторов, формирование панели дескрипторов, построение профиля «идеального продукта», с учетом коэффициента значимости каждого дескриптора, построение профиля оцениваемого продукта, сравнение профиля «идеального продукта» с профилем оцениваемого продукта. Определение значимости дескрипторов осуществляется путем их ранжирования от наиболее значимого к наименее значимому. Далее выстраивается комплексный графический портрет «идеального продукта», рисунок 1.

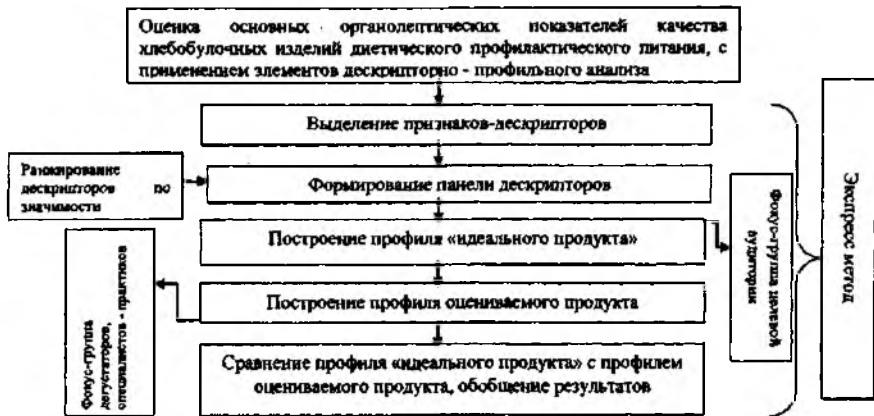
Комплексный портрет «идеального продукта» может быть сформирован из отдельных элементов («подобrazов») – это вкусовой, ароматический профиль, профиль внешнего вида [2, с. 55].

Особенностью метода является параллельная работа двух фокус-групп. Одна из которых, целевая аудитория (потребители), по результатам работы первой группы, строится профиль «идеального продукта»; вторая – профессиональные дегустаторы, специалисты-практики, по результатам работы которой строятся профили продуктов-конкурентов.

Сбор информации о предпочтениях потребителя относительно основных органолептических показателей качества, целесообразно осуществлять посредством проведения анкетирования, опросов, наблюдения, фокус-групп, интервью, дегустации-опросов.

Таким образом, преимуществом предлагаемого метода оценки конкурентоспособности хлебобулочных изделий диетического профилактического питания с применением дескрипторно-профильного анализа являются:

- возможность применения метода при контроле стабильности органолептических характеристик в процессе реализации пищевого продукта;
- в несколько раз позволяет сэкономить трудовые, временные и финансовые ресурсы при проведении исследований в области оценки конкурентоспособности пищевого продукта;



*Рисунок 1 – Экспресс метод оценки конкурентоспособности хлебобулочных изделий диетического профилактического питания с применением дескрипторно-профильного анализа*

• с методологической точки зрения, метод достаточно прост и понятен, как специалистам-практикам в области оценки качества и конкурентоспособности продуктов питания, так и специалистам предприятий пищевой промышленности, что позволяет успешно применять его на практике;

• возможность применения метода при решении различных производственных и исследовательских задач;

• наглядно демонстрирует качественные характеристики исследуемого пищевого продукта в их количественном выражении и позволяет сравнить несколько пищевых продуктов между собой.

С целью практической апробации разработанного метода, а также отображения простоты, точности и эффективности его использования, в рамках данной работы приведены результаты применения метода. Для проведения исследования было отобрано 3 образца хлебобулочных изделий диетического профилактического питания, выпускаемых предприятиями хлебопекарной отрасли Республики Беларусь. Отбор образцов осуществлялся методом случайной покупки в розничной торговой сети города Минска, в качестве экспертов были привлечены специалисты-практики в количестве пяти человек.

В ходе апробации экспертной группой дегустаторов было выделено две группы оцениваемых показателей: внешний вид и запах, такой выбор показателей был сделан на основании информации полученной в ходе маркетингового исследования по изучению поведения потребителей при выборе и покупке хлебобулочных изделий. Далее были определены 5 признаков-дескрипторов: два признака для оценки внешнего вида (свежесть и форма); три признака для оценки запаха (хлебный, аромат злаков, дрожжевой). Каждый из 5 признаков оценивался по разработанной 5-балльной шкале. Путем ранжирования значимости признаков-дескрипторов была построена панель дескрипторов. Обобщенные результаты оценок дегустаторов использовались для построения профилаграмм. Следует отметить, что количество оцениваемых показателей и признаков-дескрипторов может варьироваться в зависимости от целей и задач исследования.

Все образцы оценены достаточно высоко. Наибольший балл по всем показателям имеет хлеб «Геркулес» и соответствует градации качества «хорошо». Хлеб «Комаровка» по качеству также оценен на «хорошо», однако незначительно уступает по показателям внешнего вида. Хлеб «Старажоука» «удовлетворительного» качества.

Таким образом, применение предложенного метода оценки конкурентоспособности хлебобулочных изделий диетического профилактического питания с применением элементов дескрипторно-профильного анализа позволит оптимизировать структуру ассортимента и минимизировать риски при выпуске и реализации новых изделий.

#### *Список использованных источников*

1. О безопасности отдельных видов специализированной пищевой продукции, в том числе диетического лечебного и диетического профилактического питания: ТР ТС027\2012. – Введ. 15.06.2012. – Минск: Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2012. – 20 с.

2. Чугунова, О.В. Использование методов дегустационного анализа при моделировании рецептур пищевых продуктов с заданными потребительскими свойствами: монография / О.В. Чугунова, Н.В. Заворохина. – Екатеринбург: Издательство Урал. гос. экон. ун-т, 2010. – 147 с.

3. Шендарев, Б.А. Современное состояние и перспективы развития концепции функционального питания / Б.А. Шендарев // Пищевая промышленность. – 2003. – № 6. – С. 6-8.

*Манкевич Ю.Л., Протас В.В., Давыденко М.В., к.и.н., доцент  
УО «Белорусский государственный экономический университет»  
Минск (Беларусь)*

## **ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КООПЕРАТИВА**

Белорусское потребительское общество (далее – Общество) является добровольным объединением граждан и юридических лиц в форме потребительского кооператива, целью которого является удовлетворение материальных и иных потребностей участников Общества, осуществляемых путем объединения его членами имущественных паевых взносов.

Общество в своей деятельности руководствуется Конституцией Республики Беларусь, Гражданским кодексом Республики Беларусь, законом Республики Беларусь «О потребительской кооперации (потребительских обществах)», их союзах в Республике Беларусь, международными договорами Республики Беларусь, другими законами и иными нормативными правовыми актами Республики Беларусь, а также уставом.

Общество не преследует цели извлечения прибыли и является некоммерческой организацией.

Общество является юридическим лицом с момента его государственной регистрации, имеет в собственности обособленное имущество, самостоятельный баланс, расчетные и другие счета в банках, круглую печать, штампы, бланки.

Общество вправе от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, исполнять обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Общество может быть создано без ограничения срока деятельности и осуществляет свою деятельность на территории Республики Беларусь.