

- отсутствие у большинства руководителей и научных работников знаний в области менеджмента, маркетинга;
- недостаточность собственных средств у организаций.

Не так просто следовать мировым тенденциям по привлечению новых посетителей в объекты общественного питания в нашей стране. Перенимая опыт союзницы России, объекты общественного питания в Республике Беларусь вводят инновации в рекламу, а зачастую просто нестандартные решения более привычных средств, например, событийная реклама (сеть японских ресторанов «Две палочки», сеть кофеен «Кофеин» и др.), вирусная реклама (сеть ресторанов быстрого питания «Ростикс» и др.), клип-технологии и мини-сериалы (сеть ресторанов быстрого обслуживания «KFC»), наружная реклама (рестораны «Пяткинъ», «Карин», «Валенсия» и др.), интернет-реклама (сайты ресторана «В темноте» – www.v-temnote.ru и др.) и иные средства.

Таким образом, инновационная реклама способствует индивидуализации потребительского спроса на услуги объектов общественного питания, что требует постоянного выбора наиболее эффективной и прибыльной рекламы.

В. В. Злодеева

Научный руководитель – Ю. И. Марьин
БГЭУ (Минск)

УРОВЕНЬ КАЧЕСТВА АВТОМАТИЧЕСКИХ СТИРАЛЬНЫХ МАШИН ATLANT

В Республике Беларусь на рынке стиральных машин в настоящее время превалирует продукция производства ОАО «Атлант». Промышленное предприятие выпускает свыше 40 моделей СМА, разнообразие продукции обеспечивается изделиями различной загрузки, габаритами, максимальным значением частоты вращения барабана при отжиге, вариантом исполнения дисплея, функциональными особенностями. Объём производства белорусских машин позволяет решать в значительной степени проблему удовлетворения спроса на данную продукцию. Наряду с отечественными изделиями в торговом ассортименте представлены стиральные машины мировых брендов. Последнее обстоятельство позволяет по достоинству оценить конкурентоспособность СМА ATLANT по уровню их качества. Из всего многообразия для исследования были отобраны модели машин на номинальную загрузку белья 5 кг, на долю которых в общем объёме реализации приходится свыше 70 %. Номенклатура испытуемых моделей включала 15 наименований: Bosch WLX 24463 (X_1); Simens WS10X37A (X_2); Gorenje WS 510SYB (X_3); Samsung WF 500SYV (X_4); Indesit IWSD 5085 (X_5); Beko WKD 25105SIS (X_6); Whirpool AVG 263 (X_7); Candy COS 105-07S (X_8); ATLANT 50C124 (X_9); ATLANT 50C102 (X_{10}); ATLANT 50C101 (X_{11}); ATLANT 50C 82 (X_{12}); ATLANT 50C104 (X_{13}); ATLANT 50C84 (X_{14}); ATLANT 50C81 (X_{15}).

