

щественного питания Беларуси мало профессионалов как в области обслуживания, так и в области управления.

Национальный ресторанный бизнес, по мнению автора, нужно развивать в новом направлении, которое не было бы прямой конкуренцией для иностранной сети. В нашей стране не хватает объектов общественного питания, поэтому свое место там можно занять, главное — правильно его определить. Почти в каждой европейской стране есть некий национальный центр, который занимается изучением и популяризацией канонов кухни в прессе, в образовательных учреждениях. Европейцы понимают, что национальная кухня — это визитная карточка страны. Именно этому нам нужно учиться. Национальная кухня в Республике Беларусь не имеет такой популярности, как в странах Европы, хотя в ней есть свои особенности. Ставку нужно делать не на то, что мы делаем хуже других, а на то, что мы сделаем лучше.

*И.В. Войтехович, П.Л. Котляк
БГЭУ (Минск)*

РАЗВИТИЕ ВЕНДИНГОВОЙ ТОРГОВЛИ В БЕЛАРУСИ

Реализация товаров через торговые автоматы является одним из широко используемых методов внемагазинной продажи во многих развитых странах. Так, в 2009 г. общий оборот мировой торговли посредством таких аппаратов составил более 150 млрд дол. США.

Популярность вендинга обусловлена такими его преимуществами, как: экономичность продаж, связанная с отсутствием необходимости оплачивать работу продавца; круглосуточный режим работы; малая торговая площадь, занимаемая аппаратами; экономия времени покупателя; мобильность с точки зрения расположения и перемещения; возможность использования таких автоматов, как вспомогательного источника продаж; сравнительно небольшие издержки, необходимые для начала вендингового бизнеса, и др. Например, на белорусском рынке средняя стоимость рассматриваемых аппаратов в зависимости от сложности машины и вида продаваемых товаров варьируется от 1500 до 7000 дол. США.

Актуальность темы данного исследования обусловлена тем, что, в отличие от США, Германии, Японии, Англии и других стран, в Республике Беларусь развитие аппаратной торговли происходит достаточно медленно, в том числе по причине исчезновения из национального оборота разменной монеты. Вместе с тем при соблюдении ряда принципов эффективной организации работы торговых автоматов, выработанных мировой практикой, вендинг может стать дополнительным источни-

ком новых рабочих мест, поступления налоговых платежей в местный бюджет, наиболее полного и качественного удовлетворения спроса белорусских покупателей.

Сравнительный анализ различных характеристик вендинга в Беларуси и за рубежом позволил выявить ряд перспективных направлений заимствования передового опыта в данной области по следующим направлениям:

- расширение ассортимента предлагаемых в автоматах товаров за счет кондитерских изделий и прочих готовых блюд, парфюмерии, игрушек, цветов, легких текстильных изделий, печатной продукции, писчебумажных товаров, отдельных предметов личной гигиены, услуг (ксерокопирование, чистка обуви, вибромассаж). На сегодняшний день самыми популярными в Беларуси являются аппараты по продаже горячих напитков — кофе и чая;
- диверсификация источников размещения автоматов в зависимости от дороговизны реализуемых товаров за счет увеличения их количества на промышленных предприятиях, в учебных заведениях, на вокзалах, у поликлиник, спортивных сооружений, таможенных терминалов и в прочих открытых местах, правительственных и иных учреждениях;
- оперативное обслуживание автоматов (обновление запасов на базе изучения спроса, устранение и профилактика поломок аппаратов);
- активизация рекламирования местонахождения и преимуществ использования торговых автоматов;
- внедрение кредитных карточек как одного из способа расчетов;
- использование современных информационно-коммуникационных технологий в качестве источника совершенствования работы торговых автоматов и др.

Реализация предложенных мероприятий на практике позволит повысить эффективность национальной экономики за счет расширения объема и товарной структуры розничного товарооборота страны, заполнения сегмента рынка оперативной автоматизированной реализации предметов и услуг повседневного спроса для белорусских покупателей.

*О.В. Кабанова
БГЭУ (Минск)*

ИССЛЕДОВАНИЕ КАЧЕСТВА ПОДСОЛНЕЧНОГО МАСЛА

По химической природе натуральные растительные масла представляют собой сложную смесь разнокислотных триацилглицеринов

170

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□.
□□□□□□□□.
□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□. □□□□□□□□□□.

БДЭУ Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.
БГЭУ Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.
BSEU Belarus State Economic University. Library.
<http://www.bseu.by> elib@bseu.by