

щика и укреплению его позиций на страховом рынке, в том числе и за счет совершенствования маркетинговой концепции управления. Ключевыми моментами здесь будут являться:

- соответствующее позиционирование бренда страховщика;
- выявление неудовлетворенных потребностей страхователей, что позволит повысить требуемый уровень сервиса и обслуживания;
- расширение и диверсификация видов страховых продуктов;
- интеграция с другими страховщиками и банками в рамках создания новых страховых продуктов;
- создание собственных систем сбора маркетинговой информации и их внедрение в деятельность страховых компаний, а также профессиональная оценка рисков и правильный выбор маркетинговой стратегии при рекламном воздействии на страхователей;
- проведение ряда организационных мероприятий, направленных на участие страховых компаний в выставках и мероприятиях о возможностях и перспективах страхования, увеличение количества и объема рекламных акций, применение различных видов рекламы;
- использование цифровых технологий.

#### **Список использованных источников**

1. Колесникова, Т.В. Генезис страхового маркетинга в экономической науке / Т. В. Колесникова // Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2015. — 47 с.
2. Остервальдер А., Пинье Ив. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора. — М.: Альпина Паблишер, 2012. — 288 с.
3. Аренков И.А., Наумов В.Н., Середохо В.А., Юлдашева О.У. Маркетинг и управление потребительской ценностью. — СПб.: ООО Изд-во «АМКОС», 2013. — 650 с.

*Е.М.Костенко, к.т.н., доцент,*

*А.И.Червинская, ассистент*

*УО «Белорусский государственный экономический университет»*

*Минск (Беларусь)*

## **КОМПЛЕКСНАЯ МЕХАНИЗАЦИЯ И АВТОМАТИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ**

Торговля и общественное питание представляют собой крупную, широко разветвленную отрасль народного хозяйства со своими специфическими особенностями, которые наряду со здравоохранением и социальным обеспечением населения решают важные социально-экономические задачи.

В Республике Беларусь вводятся в эксплуатацию крупные торговые центры (супер- и гипермаркеты), специализированные магазины по продаже одной или нескольких групп товаров широкого ассортимента; объекты общественного питания (рестораны, бары, кафе и столовые для предоставления услуг питания всем слоям населения по месту жительства, работы, учебы и отдыха); строятся крупные оптовые и оптово-розничные склады, базы, холодильники и хранилища, логистические терминалы. Для оснащения таких предприятий необходимо современное торговое, технологическое, подъемно-транспортное и холодильное оборудование.

Для успешного и бесперебойного обслуживания населения предприятия торговли и общественного питания оснащаются современными электронными контрольно-кассовыми аппаратами, терминалами и системами: электронным весоизмерительным оборудованием, торговыми автоматами нового поколения. Для изготовления полуфабрикатов, блюд и кулинарных изделий высокой степени готовности в специализированных цехах объектов общественного питания перерабатываются тонны различных продуктов – мяса, рыбы, овощей и пр. Чтобы ускорить и улучшить технологический процесс приготовления пищи, повысить производительность труда и снизить себестоимость продукции, широко используются новые поколения производственных машин и аппаратов, в которых применяются современные автоматизированные устройства регулирования технологических процессов производства и контроля качества продукции. Создаются сложные технологические автоматы и полуавтоматы, поточные линии, высокопроизводительные тепловые аппараты со встроенными системами управления на основе компьютерной техники [1,2].

В настоящее время широко практикуется организация малого бизнеса в приспособленных помещениях бывшего жилого фонда. Особенно сложен этот процесс для организации общественного питания, так как малые производственные помещения не позволяют осуществлять производственно-коммерческую деятельность с использованием традиционных видов сырья; отсутствуют необходимые компактные охлаждаемые емкости для хранения торгового запаса сырья и полуфабрикатов. Для удовлетворения потребностей таких объектов создаются многофункциональные виды оборудования с малыми габаритными размерами, настольные и подвесные его образцы, позволяющие наиболее полно использовать малое пространство с соблюдением санитарно-гигиенических требований производства продукции.

Процесс механизации должен осуществляться на всех стадиях процесса товародвижения с применением торгово-технологического оборудования. Механизация требует применения высокоэффективных технических средств.

Условиями повышения уровня механизации и автоматизации в торговле являются:

- соответствие применяемых технических средств технологическим процессам и операциям;

- использование тары-оборудования;
- осуществление фасовки товаров в специализированных фасовочных цехах;
- обеспечение согласованности во всех звеньях товародвижения.

Необходимость совершенствования технологии розничной торговли настоятельно требует применения системы машин для комплексной механизации и автоматизации торгово-технологических процессов и снижения затрат ручного труда. Механизация и автоматизация, являясь важнейшим направлением научно-технического прогресса, наряду с сокращением тяжелого физического труда способствуют улучшению экономических показателей торговых организаций. Одним из перспективных направлений научно-технического прогресса в торговле является применение торговых автоматов, которые способствуют расширению ассортимента, увеличению объема продажи товаров при одновременном снижении затрат на реализацию и повышению качества торгового обслуживания. Через торговые автоматы целесообразно продавать товары частного спроса. Они позволяют обеспечивать торговое обслуживание населения в любое время суток. С их помощью можно продлить процесс продажи отдельных товаров после окончания работы торговых объектов, что в немалой степени способствует снижению издержек обращения, ускорению товарооборачиваемости, повышению рентабельности.

Внедрение торговых автоматов в торговле в перспективе получит значительное распространение прежде всего по товарам массового и устойчивого спроса, имеющим небольшие размеры и невысокую цену. Местом для установки торговых автоматов могут быть торговые залы магазинов, фойе предприятий по предоставлению услуг (парикмахерские, SPA-центры), расчетно-кассовые центры, вокзалы, учебные заведения, места массового отдыха и т.д. Также оправдана необходимость в них на производственных предприятиях, работающих в многосменном режиме. В торговле должны найти применение, прежде всего торговые автоматы для продажи штучных продовольственных товаров в упаковке: в банках и бутылках – консервированные и молочные продукты, соки, минеральная вода; в пачках и коробках – кондитерские изделия, некоторые непродовольственные товары, а также фрукты, овощи.

Возникает необходимость в более широкой номенклатуре торговых автоматов для реализации жидких товаров в стаканах: кофе, чай, какао, соки и др. напитки. Ассортимент товаров, реализуемых через автоматы, может иметь тенденцию к расширению до открытия и после закрытия магазинов. В дальнейшем должны найти применение кафе-автоматы и магазины-автоматы, оборудованные устройствами для приготовления и смешивания ингредиентов, а также реализации готовых к реализации блюд.

Собственники торговых автоматов предпринимают третью попытку внедрения на белорусский рынок. Конструирование и производство торговых автоматов должно быть направлено на создание надежных, технически и эстетически совершенных, удобных в эксплуатации торговых автоматов, базирующихся на современных достижениях науки и техники.

Современные высокие требования к техническому оснащению объектов торговли послужат эффективным стимулом развития производства конкурентоспособных образцов отечественного торгово-технологического оборудования на основе взаимодействия науки и производства.

#### **Список использованных источников**

1. Кащенко, В.Ф. Оборудование предприятий общественного питания: учебное пос. – В.Ф.Кащенко, Р.В. Кащенко М. : Альфа-М, Инфра-М, 2010.-368с.
2. Костенко, Е.М. Оборудование объектов общественного питания: учебное пос. – Е.М. Костенко, А.И. Червинская Мн.: РИПО, 2012.-379с.

*Н.П. Кохно, канд. техн. наук, доцент  
И.П. Ковган, ассистент, Л.М. Судиловская, ассистент,  
УО «Белорусский государственный экономический университет»,  
Минск (Беларусь)*

## **МЕХАНИЗАЦИЯ И АВТОМАТИЗАЦИЯ ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ**

Надежда на присутствие экономической целесообразности при механизации и (или) автоматизации возникает только в том случае, когда проводится замещение действий человека на действия машины. Именно таково назначение использующихся машин. Кроме того, уменьшение издержек живого труда должно превышать увеличение издержек прошлого труда. Другими словами, следует замещать дорогой живой труд на не дорогой прошлый, чтобы выигрыш привел к снижению себестоимости продукции.