

- основные преимущества, которых ожидают потребители от возможной программы лояльности, — это специальные предложения ко дню рождения или другим событиям, возможность потратить накопленные баллы у партнеров программы, а также возврат денег на карту;

- посетители могут чаще всего посещать какой-либо один объект питания, однако это не исключает возможности посещения ими и других объектов;

- возможность стать участником программы лояльности — не самый важный атрибут для потребителей, однако лояльные потребители с большей вероятностью порекомендуют его друзьям, родным или знакомым;

- объекты общественного питания должны понимать, какой вид программ лояльности имеет наибольшую ценность для потребителей (в данном исследовании наиболее интересной для респондентов оказалась программа с накоплением баллов);

- в рамках программы лояльности необходимо использовать информационные технологии, чтобы узнавать вкусы и предпочтения посетителей для дальнейшего использования данной информации в процессе поощрения лояльных потребителей по случаю дня рождения или другого события;

- необходимо следить за доступностью информации о наличии программы лояльности для потребителей, так как большинство респондентов не знают о существовании программ лояльности в том или ином объекте.

Литература

1. *Васин, Ю. В.* Эффективные программы лояльности. Как привлечь и удержать клиентов / Ю. В. Васин, Л. Г. Лаврентьев, А. В. Самсонов. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. — 152 с.

А.В. Яцевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.Г. Траскевич — канд. экон. наук

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛЕЧЕБНЫХ ГРЯЗЕЙ В САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ БЕЛАРУСИ

Грязелечение — это один из традиционных и по-прежнему востребованных методов санаторно-курортного оздоровления. В его основе лежит применение природного рекреационного ресурса естественного происхождения — пелоидов. Найдя свое применение еще в древности, грязи используются по сей день, более того, набирают все большую популярность. В Беларуси выделяются следующие виды пелоидов: торфяные, сапропелевые и сульфидно-иловые. Каждый из них оказывает положительное воздействие на организм человека, обладая следующими

свойствами: высокой пластичностью, большой теплоемкостью, медленной теплоотдачей, содержанием полезных микроорганизмов и биологически активных веществ.

На территории Беларуси наибольшим потенциалом как месторождения пелоидов обладают озера Дикое и Святое. Беларусь славится сапропелевой грязью, которая отличается от других лечебных грязей высокой влагоемкостью, меньшей теплопроводностью и большей теплоудерживающей способностью. Поэтому интерес представляет изучение перспектив дальнейшего использования отечественных пелоидов санаторно-курортными организациями Беларуси.

В ходе исследования был проведен анализ современного уровня применения практики грязелечения. Эту услугу предлагают от 17 % санаториев Витебской области до 77 % санаториев Брестской области, что представляется недостаточно высоким уровнем в контексте нарастающей популярности и признанной эффективности пелоидотерапии. Далее было выяснено, что не все эти санаторно-курортные организации используют отечественные сапропели, а предпочитают импортную сульфидно-иловую грязь Сакского озера. К примеру, Республиканский центр медицинской реабилитации и бальнеолечения использует как отечественные, так и импортные грязи. При этом услуги, базирующиеся на сапропелях, имеют значительно более низкую стоимость. Кроме того, сапропель применяется только в трех видах процедур, а сакские грязи — в 17. Представляется, что сложившееся нерациональное предпочтение импортного сырья связано с отсутствием достаточного продвижения отечественных пелоидов. Сапропель на отечественном рынке более известен как удобрение. Недостаточно информации о полезных свойствах отечественных сапропелей можно найти и в интернете, в то время как ресурсы сакских грязей продуманно, доступно и привлекательно продвигаются.

Кроме того, в ходе общения с практиками (было опрошено 25 % санаторно-курортных организаций Беларуси) выяснилось, что существенную проблему представляет фасовка отечественных пелоидов, которая представляет собой неготовую к аппликации субстанцию, расфасованную как минимум по 5 кг. Для большинства санаториев (кроме нескольких предприятий, которые высказались в пользу преимуществ самостоятельного приготовления аппликаций) такая упаковка является неудобной.

Для решения обозначенных проблем предлагается а) активизировать продвижение отечественных сапропелей на национальном рынке (фильм о их полезных свойствах, история их применения, технологии добычи и др.; работа с отзывами потребителей отечественных пелоидов, организация тематической выставки продуктов на основе отечественных грязей); б) усовершенствовать упаковку сапропелей, в том числе выпуск готовых аппликаций; в) осуществление активной розничной торговли отечественных лечебных грязей, в том числе онлайн-торговли.

Таким образом, для более активного использования отечественных пелоидов существуют достаточные перспективы, связанные с инновационной предпринимательской инициативой в данной области.

В.И. Яцук
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель **П.А. Литвинов**

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДВИЖЕНИЯ СЛОУФУД В БЕЛАРУСИ

Слоуфуд (*Slow Food*) — движение, антагонистичное системе быстрого питания, возникшее в Италии в 1986 г. В основе слоуфуда лежит создание заведений общественного питания, обеспечивающих более здоровое питание, а также сохраняющих традиции национальной и региональной кухни, поддерживающих культуру традиционного застолья. В 1989 г. было официально создано одноименное международное движение *Slow Food*. В Беларуси функционируют три конвивиума (первичная ячейка): в Березе, Минске и Россонах. Подход слоуфуда к сельскому хозяйству, производству продовольствия и кулинарии основан на понятии качества пищи, которое определяется тремя взаимосвязанными принципами (вкусная, чистая, честная пища), которые стали девизом движения. Символом стала желтая улитка как гарантия качества и аутентичности.

Основные задачи слоуфуда: выбирать экологически чистые продукты местного происхождения; разработка «Ковчега вкуса» для каждого экорегиона, где «воспеваются» местные кулинарные традиции и продукты; создание организаций и конвивиумов для привлечения общественности; сохранение и развитие местных и традиционных продуктов питания; организация фестивалей местной кухни в регионах; повышение образованности в сфере вкусовой сенсорики; информирование потребителей о рисках фаст-фуда; разработка политических программ, направленных на поддержание семейных ферм, производящих экологичную продукцию [1].

Одним из основных проектов, реализуемых слоуфудом, является «Ковчег вкуса», представляющий собой перечень продуктов питания, находящихся под угрозой исчезновения. Слоуфуд находит уникальные, исчезающие продукты, способствует их возрождению и продвижению на мировой рынок.

Движение устраивает ежегодный съезд продовольственных сообществ *Terra Madre*, а также является основателем Университета гастрономических наук. Кроме того, слоуфуд патронирует Салон вкуса (*Salone de Gusto*) в Турине — крупнейшую международную гастрономическую выставку [2]. Уже не редкость видеть среди ее участников белорусов.