

ющихся странах. Освоено ее производство в Китае, России, а также в Республике Беларусь.

Потенциал белорусского рынка лазерной аппаратуры очень велик, так как значительное количество населения все еще использует аналоговую технику и желающих купить цифровую лазерную аппаратуру становится все больше. Об этом свидетельствуют данные о продаже лазерной аппаратуры в крупнейшем универсаме Минска — ЦУМе, где ассортимент данной техники за последние годы вырос вдвое и повысились темпы реализации этой аппаратуры.

Учитывая такую ситуацию, на НПО “Горизонт” стали внедрять в производство лазерную аппаратуру. Сначала это были стереосистемы, которые поступили в продажу в 2001 г. В настоящее время они уже не производятся (за 2002 г. в ЦУМе их продали всего 5 единиц). В 2003 г. предприятие приступило к серийному производству более совершенной и конкурентоспособной лазерной техники: DVD-проигрывателей и телевизоров, со встроенным DVD-проигрывателем (диагональ 72 см, 100 Гц). Такие телевизоры уже поступили в продажу в 2003 г. DVD-плееры только начинают производиться.

Телевизор с DVD — товар, давно востребованный и приятно, что первый такой телевизор на отечественном рынке представило именно НПО “Горизонт” (цена телевизора — 1,2 млн р.).

Возможности продаж DVD-проигрывателя также можно оценить, как широкие. Ожидается, что цена его будет ниже импортных аналогов и окажет им достойную конкуренцию. Хочется верить в то, что так и произойдет, и на белорусском рынке появится предприятие, способное оказать конкуренцию зарубежным производителям лазерной радиоэлектронной аппаратуры.

<http://edoc.bseu.by>

*Т.В. Орехова*  
*БГЭУ (Минск)*

## **СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ МЯСНЫМИ ПОЛУФАБРИКАТАМИ В г. МИНСКЕ**

Мясные полуфабрикаты максимально подготовлены для термобработки, что при современных темпах жизни делает их весьма востребованными. Учитывая растущий спрос, производители все больше внимания уделяют расширению ассортимента, улучшению качества и повышению конкурентоспособности выпускаемых полуфабрикатов.

При этом наряду со специализированными мясоперерабатывающими предприятиями значительная доля приходится на неболь-

шие производства, входящие в структуру магазина. Однако выпуск и продажа охлажденных полуфабрикатов сдерживается ограниченностью сроков их реализации и регламентированными требованиями к транспортировке и хранению. В этом отношении мясоперерабатывающим предприятиям сложно конкурировать с небольшими производствами, максимально приближенными к потребителю.

Всего по городу функционируют 132 цеха мясных полуфабрикатов, 32 цеха кулинарных изделий, 82 магазина (отделов) кулинарии. После снижения постановлением Министерством экономики от 19.02.2003 г. № 48 торговых надбавок на мясные полуфабрикаты с 24 до 12 % количество цехов может сократиться. Однако важно отметить, что реализация собственной продукции позволяет увеличить розничный товароборот не только за счет группы мясных полуфабрикатов и готовой кулинарии, но и в целом за счет увеличения общего количества завершенных покупок.

Самое большое внимание уделяется вопросу повышения качества реализуемых мясных полуфабрикатов. Качество готовой продукции напрямую зависит от качества исходного сырья, его свежести и доброкачественности. Поэтому производственные цеха столичных универсамов не должны становиться каналами сбыта недоброкачественной, залежалой продукции.

Серьезного внимания заслуживает проблема упаковки мясных полуфабрикатов. К сожалению, не многие универсамы предлагают покупателям боксы или термобоксы различной формы и размера, в которых можно не только удобно донести купленные изделия домой, но и подогреть в СВЧ-печи.

Особый подход к вопросу маркировки. Каждый мясной полуфабрикат должен иметь ценник с подробным указанием состава, массы, энергетической и пищевой ценности, времени выпуска, срока реализации, цены.

Отмечается низкое качество магазинной рекламы продукции собственного производства, недостаточная информированность населения о выпускаемом ассортименте, услугах изготовления полуфабрикатов на заказ.

Оставляет желать лучшего уровень подготовки кадров.

В целом рынок мясных полуфабрикатов г. Минска развивается очень динамично, ощущается значительная конкуренция производителей, представлено достаточно большое количество товаров, отличающихся высокими потребительскими достоинствами, появляются новинки, например, натуральные мясные полуфабрикаты в декоративных маринадах с необычной цветовой гаммой. Композиции компонентов для приготовления маринадов отлично подходят для обработки продуктов из свинины, говядины, мяса птицы и др. При этом использование маринадов не только обеспечивает разнообразие вкусо-ароматических оттенков готовых блюд,

но и позволяет расширить ассортимент, увеличить сроки хранения охлажденных полуфабрикатов без ухудшения их товарного вида в период реализации.

Способствуют расширению ассортимента и улучшению внешнего вида изделий и декоративные посыпки, применяемые для производства панированных полуфабрикатов.

Постоянно возрастающий потребительский спрос подтверждает то, что мясные полуфабрикаты востребованы. Появившись 6—7 лет назад в столичных универсамах, отделы мясных полуфабрикатов были с радостью встречены населением. Торговле остается держать руку на пульсе и гибко реагировать на изменения потребительских предпочтений.

*Ю.В. Окулик  
БГЭУ (Минск)*

## **РОСТ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО СПРОСА — ОСНОВА РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОГО ТОВАРОБОРОТА**

В настоящее время возникла серьезная проблема недостатка покупательных фондов для нормального функционирования национальной экономики. В Республике Беларусь существует ряд социально-экономических индикаторов, таких как минимальный потребительский бюджет, бюджет прожиточного минимума, реальная заработная плата, среднемесячная начисленная заработная плата, ставших основой для формирования покупательского спроса. Согласно рекомендациям МОТ, основная цель установления минимальной заработной платы — предоставление лицам, работающим по найму, необходимой социальной защиты в отношении минимально допустимого уровня заработной платы. Минимальная заработная плата может быть равна прожиточному минимуму в стране и должна обеспечить удовлетворительный уровень жизни или обеспечить уровень жизни, соответствующей человеческому достоинству. Установление норматива минимальной заработной платы зависит от экономического положения в стране, но в любом случае ее размер не может быть ниже уровня, обеспечивающего удовлетворение основных жизненных потребностей (т.е. бюджета прожиточного минимума). Установление и регулирование минимальной заработной платы является наиболее эффективным средством обеспечения прожиточного минимума. В европейских странах минимальная заработная плата составляет, как правило, 30—40 % средней заработной платы. Действующая в Беларуси модель заработной платы пока не обеспечивает мотивацию высокопроизводительного