

6. Ruwitch, J. Exclusive - China seeks to cement globalisation credentials at Silk Road summit [Электронный ресурс] / J. Ruwitch, B. Blanchard // Reuters. – 2017. – URL: <https://af.reuters.com/article/idAFKBN17S18S> – Дата доступа: 03.02.2020.
7. Список стран, подписавших с Китаем договоры о сотрудничестве в рамках инициативы «Пояс и путь» [Электронный ресурс] // Belt and Road portal. – 2019. – URL: https://www.yidaiyilu.gov.cn/info/iList.jsp?tm_id=126&cat_id=10122&info_id=77298 – Дата доступа: 03.02.2020.
8. Стратегия экономического развития "Один пояс — один путь" [Электронный ресурс] // РИА Новости. – 2017. – URL: <https://ria.ru/20170514/1494097368.html> – Дата доступа: 03.02.2020.
9. Ци, Ж. Символ сотрудничества [Электронный ресурс] : Недалеко от Минска строят китайско-белорусский индустриальный парк / Ж. Ци // Российская Газета. – 2019. – №7858. – URL: <https://rg.ru/2019/05/12/nedaleko-ot-minska-postroi-at-kitajsko-belorusskij-industrialnyj-park.html> – Дата доступа: 04.02.2020.
10. Преимущества [Электронный ресурс] // Китайско-Белорусский индустриальный парк «Великий камень». – URL: <https://www.industrialpark.by/> – Дата доступа: 04.02.2020.
11. Все еще город-стройка. Чем сегодня живет парк "Великий камень" [Электронный ресурс] // Sputnik Беларусь. – URL: <https://sputnik.by/live/20190328/1040619103/Vse-esche-gorod-stroyka-Chem-segodnya-zhivet-park-Velikiy-kamen.html> – Дата доступа: 20.01.2020.
12. Мерфи, А. Белорусско-китайские отношения [Электронный ресурс] / А. Мерфи // Минский диалог. – 2019. – URL: <http://minskdialogue.by/research/memorable-notes/belorussko-kitaiskie-otnosheniia> – Дата доступа: 03.02.2020.
13. Годовой отчет (2018) [Электронный ресурс] // Белорусская железная дорога. – 2019. – URL: https://www.rw.by/uploads/userfiles/files/annual_report_2018.pdf – Дата доступа: 04.02.2020.
14. О создании мультимодального промышленно-логистического комплекса [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь №334 от 21 июля 2015 г. : в ред. Указа Президента Респ. Беларусь №197 от 31.05.2017 г. // ЭТАЛОН-ONLINE. – URL: <http://etalonline.by/document/?regnum=p31500334> – Дата доступа: 04.02.2020.
15. Первая очередь промышленно-логистического комплекса под Оршей будет введена в начале 2018 года [Электронный ресурс] // БЕЛТА. – URL: https://u.to/A_NiFw – Дата доступа: 04.02.2020

УДК 33.339

СПАСАЕМ НЕКРАСИВЫЕ ПРОДУКТЫ ВМЕСТЕ!

Н.И.Криворученко, учащийся гр.М-423

Э.М.Разумова, преподаватель

УО “Могилевский государственный политехнический колледж”

Введение. В последнее время появилось много публикаций в прессе о магазинах «секонд хенд», которые, с одной стороны, привлекают приемлемыми ценами своих многочисленных потребителей, а с другой стороны, создают конкуренцию отечественным производителям одежды, обуви, галантереи. Но неоспорим тот факт, что такие магазины позволяют беречь природные ресурсы, израсходованные на изготовление этого товара. Каждый потребитель вправе сделать свой выбор. Известно, что природные ресурсы ограничены, поэтому требуют бережного отношения к их использованию.

Мы же предлагаем обсудить проблему реализации доброкачественных, но некондиционных ягод, овощей и фруктов, входящих в перечень плодоовощной продукции.

Опросы покупателей в продовольственных магазинах показали, что примерно 90% населения считают, что выбрасывать продукты нельзя, им следует давать новую жизнь. (Так считают 54 человека из 60 опрошенных)

Цель нашего исследования – рациональное потребление некондиционной плодоовощной продукции вместо её уничтожения.

Задачи исследования – изучить потребительское поведение потенциальных покупателей и найти компромиссное решение по дальнейшей переработке и реализации вполне доброкачественной, но некондиционной плодоовощной продукции.

Методы исследования – наблюдение, опрос, сравнение.

Основная часть. Полезные продукты – красивые и... не красивые ягоды, овощи и фрукты.

В настоящее время значительное количество абсолютно съедобной еды, в числе которой преобладают ягоды, овощи и фрукты, выбрасывается просто так, что хорошо отражается в документах продовольственных магазинов. А ведь есть ягоды, фрукты и овощи очень важно. В день рекомендуется съедать не менее 5 порций. Но все ли соблюдают рекомендации диетологов? Нет, не все. Кому-то кажется

высокой цена на плодоовощную продукцию, а кто-то просто не задумывался о пользе ежедневного употребления этих продуктов питания.

Некоторые местные жители, которые живут по соседству с крупными торговыми объектами, стараются «перехватить» выбрасываемые продукты, считая их вполне съедобными. Не все потребители проявляют интерес к выбрасываемым ягодам, овощам и фруктам только по причине их бесплатности, наверняка среди них есть и такие, кто просто считает непозволительным выбрасывать продукты, в которые вложен труд и которые при определенной тепловой обработке могут быть еще вкусными и полезными.

Однако вариантов выхода из сложившейся ситуации без еще большего ее усугубления для представителей оптовой и розничной торговли на сегодня не слишком много. Ягоды, овощи и фрукты, которые выглядят не слишком привлекательно, обычно проходят уценку, но своим внешним видом отталкивают потенциальных покупателей от приобретения доброкачественных продуктов, которые, как правило, находятся в ящиках по соседству. И потребитель часто уходит на рынок, где никогда не бывает некрасивого товара, вся плодоовощная продукция всегда внешне привлекательна. А где же другая продукция, которую не удалось сохранить? Как правило, уже в мусорном контейнере.

Когда сельскохозяйственные предприятия, частники, выращивающие плодоовощную продукцию, не могут сдать оптом свой товар предприятиям оптовой и розничной торговли по причине ее недостаточно привлекательного вида, кажется, что потребители снова будут приобретать импортируемую продукцию, которая всегда внешне привлекательна и дольше хранится. Но ведь местная продукция более экологически чистая.

Не так давно в прессе освещалась Великобританская сеть супермаркетов Intermarché, которая решила превращать фрукты и овощи, слишком некрасивые для продажи, в серию новых продуктов.

Супермаркет создал новую линейку супов и соков под названием LesFruits&LégumesMoches, цель которой – доказать потребителям, что некондиционные продукты тоже имеют право на существование.

В настоящее время компания Intermarché начала создавать морковные супы, апельсиновые соки, картофельное и баклажанное пюре из косметически поврежденных продуктов. Покупателям даже предлагаются бесплатные образцы готовой продукции для того, чтобы продемонстрировать им, что некрасивые овощи и фрукты могут быть такими же вкусными, как и их эстетично выглядящие собратья.

Согласно данным Marcel, такая задумка привела к тому, что в течение первых двух дней после запуска линейки было переработано 1,2 тонны уродливых ягод, фруктов и овощей. Эта акция доказала, что покупатели желают покупать еду, даже если она немного отклонялась от их идеализированного представления об ее облике.

А могут ли другие супермаркеты, например, в Республике Беларусь, проводить подобные кампании, для того, чтобы положить конец выбрасыванию плодоовощной продукции по причине ее некрасивого внешнего вида?

Вялая морковь, огромные кочаны капусты, проросший лук, мелкий картофель, грязная и мокрая свекла, потемневшие бананы, незрелые манго, мягкие томаты, длинные огурцы... это неполный перечень плодоовощной продукции, которая уступает импортируемой по своим внешним признакам.

Причиной является длительная реализация, плохие условия хранения. Но продукция выращена, соответственно, должна быть рентабельно реализована.

Но всегда ли только профессиональные мастера могут спасти некондиционные продукты? Многочисленные дачники, выращивающие свой урожай, тоже не всегда перерабатывают некрасивые продукты. Иногда по причине недостаточных знаний, иногда по причине отсутствия необходимой бытовой кухонной техники.

Как это не скучно звучит, но семейное счастье, в немалой степени, зависит от того, есть ли у семьи возможность в домашней обстановке плотно и вкусно поесть, желательно продуктами здорового питания. К великому сожалению, в наше стремительное время далеко не каждая женщина обладает навыками приготовления вкусных блюд, особенно из некрасивых продуктов, и в этой ситуации помочь могут профессиональные мастера в области приготовления пищи.

Предлагаем организовать при отдельных крупных торговых объектах специальные учебные курсы, на которых профессиональные мастера в области приготовления пищи научат как правильно, а главное, вкусно готовить.

Кстати, на Западе подобные школы по обучению женщин (причем не только основам кулинарии) распространены очень широко.

Может, аналогичные курсы, школы станут популярными и у нас? Женщины и мужчины, желающие научиться готовить, или повысить уже имеющееся мастерство, на наш взгляд, будут с удовольствием посещать такие курсы и познают кулинарные секреты у опытных мастеров.

Это позволит разнообразить семейное меню, научиться с пользой для организма готовить вкусные блюда. А отдельные потребители могут приобрести готовую продукцию, например, соки прямого отжима по вполне приемлемой цене.

Предприимчивым людям, которые намерены начать новый бизнес или расширить существующий, можно порекомендовать открыть такое учебное предприятие, для чего следует найти и

арендовать помещение, соответствующее современным санитарным нормам, пригодное для приготовления разноплановых блюд и оснащенное всей необходимой кухонной посудой и оборудованием.

Мы провели опрос потребителей, будут ли они приобретать готовую к употреблению плодоовощную продукцию из некондиционного сырья? Ответ был утвердительным более чем у 80% опрошенных. (49 человек из 60). Остальные 11 человек предпочитают только внешне привлекательную продукцию и готовы платить за нее дороже.

Считаем, что в любом случае, затраты на создание такого предприятия будут сравнительно невелики, а окупаемость достаточно высокая, так как исходное сырье будет приобретаться по приемлемым ценам, и данная услуга будет востребована многими потребителями.

Ответственные в области экологии граждане западных стран постепенно приходят к идее возможности приобретения съедобных ложек. В качестве примера подобного продукта можно привести Edible Spoon, являющийся детищем американской дизайн-студии Triangle Tree. Он представляет собой пряник в форме ложки. Она изготовлена с использованием кукурузной муки, яиц, молока, сахара, пряностей и соли. Вкусную ложечку можно использовать по прямому назначению во время приема разнообразной нетвердой пищи: жидких супов, полужидких кашниц, легких салатов и др. После того как основной прием пищи завершен, можно приняться и за десерт. Ложечка-пряник разламывается на кусочки (для этой цели на ней имеются специальные линейные обозначения) и поедается.

Почему бы и отечественному потребителю не попробовать приготовленное блюдо из съедобной ложечки? На наш взгляд, эта идея придется по душе не только детям, но и взрослым. Из 60 опрошенных потребителей ни один не знал о возможности кушать из съедобных ложек.

Выводы. Мы считаем, что наша идея реалистична для использования на практике и утверждаем следующее:

1. Мы можем дать вторую жизнь некондиционным, но от этого не менее полезным продуктам питания – ягодам, овощам и фруктам.

2. Мы предоставляем право выбора потребителю – купить более дорогую плодоовощную продукцию в свежем виде и (или) купить уже готовый продукт (сок, суп-пюре, желе и т.д.) по более низкой цене, так как он изготовлен из некондиционного сырья, что значительно удешевляет готовое блюдо.

3. Мы сохраняем семьи, в которых есть проблемы со вкусным и здоровым питанием, так как любой желающий теперь может научиться вкусно готовить недорогие блюда под руководством профессионального повара.

4. Мы помогаем дачникам сохранить свой урожай, сведя его потери практически к нулю.

5. Мы предлагаем бизнесу новый вид дохода – открытие школ, курсов по приготовлению блюд из некондиционного плодоовощного сырья.

6. Мы предлагаем значительно снизить убытки от некондиционного товара, который отправлялся в мусорные баки, за счет реализации плодоовощной продукции по более низким ценам.

7. Мы предлагаем бизнесу предпринять такие шаги, чтобы потенциальные покупатели не уходили на рынок в поисках свежих овощей и фруктов, а приносили доход, покупая разнообразную плодоовощную продукцию и употребляя её в пищу из съедобных ложек.

8. Мы предлагаем людям чаще задумываться о том, что можно уметь беречь деньги, не экономя на здоровом и полезном питании.

9. И владельцы бизнеса и потребители должны быть рациональными в своих тратах, уметь сравнивать вложения и отдачу от них.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник. / И.Л. Акулич. – 5-е издание, исправл. – Минск: Вышэйшая школа, 2007.– 479с.

2. Башаримова, С.И. Коммерческая деятельность / С.И.Башаримова, М.В. Дасько. – Мн : Беларуская энцыклапедыя імя П. Броўкі, 2011. – 307 с.

3. Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность : учебник / С.Н. Виноградова, О.В. Пигунова. – 3-е издание, исправленная. – Минск . Высшая школа., 2008.–364 с.

4. Экономика предприятия: / под общ. ред. Л.Н.Нехорошевой. – Мн.: Выш.шк., 2005. – 383 с.

5. Идеи бизнеса. Соки и пюре из некрасивых овощей <https://www.ideibiznesa.org/soki-i-supy-iz-nekrasivyh-ovoschey-i-frukto.html>

6. Идеи бизнеса сегодня и завтра <https://www.ideibiznesa.org/sedobnaya-lozhka.html>