

4. При сложившейся структуре белорусской экономики, когда на протяжении долгих лет частное предпринимательство самостоятельно и достаточно успешно преодолевает проблемы, государство обязано изменить свое отношение к негосударственному бизнесу и предельно динамично стимулировать его расширение. Отметим, что к расширению частного сектора белорусскую экономику также подталкивает и кризис. По оценке Международного валютного фонда, в 2010 г. разрыв в финансировании для Беларуси составит более 2 млрд дол. США и возможности его покрытия за счет дальнейших кредитных заимствований уже практически исчерпаны, что потребует продажи части государственной собственности. Поэтому государству, наряду с активным расширением частного сектора, необходимо будет избавляться от проблемной и неэффективной собственности, и одновременно с этим, оставив за собой право общего контроля и регулирования, создавать благоприятную бизнес-среду с равными условиями для всех предприятий без исключения. Все это будет способствовать привлечению иностранных инвестиций для модернизации, стабилизации экономики и возобновлению экономического роста.

5. Что касается количественной оценки, то здесь, по мнению экспертов Всемирного банка, доля частного сектора в валовом внутреннем продукте (ВВП) должна составлять не менее 40 %, что свидетельствует о том, что в стране уже осуществлена критическая масса реформ, созданы благоприятные условия для развития бизнеса, подготовлена почва для прихода частных иностранных инвестиций и ускоренного движения к рынку. Напомним, что этот показатель для Беларуси, по данным Европейского банка развития и реконструкции за 2009 г., составлял около 30 %, а это самый низкий показатель среди европейских стран СНГ. И здесь есть над чем работать.

Секция 9

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВЛИ

*И. С. Адаменко
БГЭУ(Минск)*

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ЭФИРНЫХ МАСЕЛ

В настоящее время эфирные масла используются при производстве большинства товаров, начиная от классической парфюмерно-косметической продукции и заканчивая одежно-обувными товарами, имеющими непосредственный и обычно достаточно длительный контакт с кожей.

ным покровом человека. Кроме этого, эфирные масла являются отдельным товаром, имеющим потребительские и функциональные свойства.

В современных условиях товаропроизводители и продавцы в конкурентной борьбе за потребителя должны заботиться не только о широком ассортименте и привлекательном виде продукции, но также о высоком качестве товаров. Качество и конкурентоспособность данного товара напрямую зависят от показателей качества и безопасности. Но, к сожалению, в учебной и нормативной литературе не приводится система показателей качества и безопасности эфирных масел, которая могла бы способствовать более правильному и точному определению качества продукции, поступающей в торговые организации. Так же нет четкой методики проведения потребительской оценки эфирных масел.

В ходе работы над данной темой была разработана система показателей качества и безопасности и предложены методические рекомендации по проведению потребительской оценки и определению функциональных показателей эфирных масел. Полученные результаты способствуют последующей разработке рекомендаций по определению качества и безопасности эфирного масла работниками торговых организаций и покупателями.

Оценка и анализ эфирных масел сводится к определению их подлинности и доброкачественности. Для этого определяют цвет, запах, вкус, плотность, угол вращения, показатель преломления, растворимость в спирте, кислотное и эфирное числа, эфирное число после ацетилирования. Но для определения большей части приведенных выше показателей требуется достаточно широкая нормативная и приборная база, которая отсутствует в организациях торговли. Соответственно требуется введение в использование рекомендаций, позволяющих максимально точно определить качество эфирного масла, не прибегая к помощи лабораторий и испытательных центров. Качество эфирных масел может быть определено совокупностью их потребительских свойств.

Проблема повышения качества товаров, поступающих в торговые организации, при столь высоком уровне конкуренции и технико-технологического развития в настоящее время остается нерешенной и актуальной, поскольку продажа качественного товара всегда по достоинству оценивается потребителем.

*М.А. Акопян
БГЭУ (Минск)*

НАЦИОНАЛЬНОЕ ИНВЕСТИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Ресторанный бизнес Беларуси зародился в 1993—1994 гг., когда были открыты первые успешные проекты: «Стейкхауз», «Вестфалия»,

167

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