

2. **Рощина, Е. В.** Оценка конкурентных преимуществ рыбных консервов / Е. В. Рощина, Г. А. Старовойтова // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. – 2018. – № 1 (23). – С. 45–51.

3. **Рощина, Е. В.** Конкурентоспособность и конкурентные преимущества пищевых продуктов / Е. В. Рощина, Л. В. Люговская // Техника и технология пищевых производств : сборник тезисов докладов XI Международной научно-технической конференции, 20–21 апреля 2017 г., Могилев / Могилевский государственный университет продовольствия ; редкол. : А. В. Акулич (отв. ред.) [и др.]. – Могилев : МГУП, 2017. – С. 380.

4. **Научное** обоснование повышения конкурентоспособности кетчупов / Е. В. Рощина [и др.] // Потребительская кооперация. – 2014. – № 2 (45). – С. 55–61.

5. **Мясо** птицы. Общие технические условия : СТБ 1945-2010. – Введ. 19-10-2010. – Минск : РО «Белптицепром», 2010. – 24 с.

УДК 378.1

Е. В. Рощина (ewas2005@rambler.ru),
канд. техн. наук, доцент

Ж. В. Кадолич (cilodak@mail.ru),
канд. техн. наук, доцент

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ИТ-НАПРАВЛЕНИЕ В ТОВАРОВЕДНОЙ ПРАКТИКЕ

В статье рассматриваются и обсуждаются перспективы практической реализации профессиональных знаний и умений выпускника специальности «Товароведение и торговое предпринимательство» в IT-сфере.

The article review and discusses the prospects for the practical implementation of professional knowledge and skills of graduates of specialty Commodity science and trade entrepreneurship in IT-sphere.

Ключевые слова: IT-сфера; цифровая экономика; торговое предпринимательство; товароведение.

Key words: IT- sphere; digital economy; commercial enterprise; commodity.

Среди основных направлений государственной политики по формированию и развитию перспективной модели национальной инновационной системы Республики Беларусь особое значение приобретает развитие системы подготовки кадров для инновационной деятельности.

Особенности современного общества диктуют необходимость актуализации развития IT-сферы, являющейся в настоящее время одной из самых динамично развивающихся отраслей. Об этом свидетельствует и постоянно растущее количество IT-компаний, и уровень зарплат специалистов, и постоянное наличие открытых вакансий при условии широкого спектра направлений в данной сфере [1]. Очевидно, что страны, не способные обеспечить качественное образование и не владеющие современными технологиями, будут отгорожены от глобального экономического роста расширяющимся разрывом в уровне жизни населения.

В утвержденной в России «Стратегии развития информационного общества РФ на 2017–2030 гг.» дано следующее развернутое определение цифровой экономики: «Цифровая экономика – это хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг». Тем самым цифровая экономика непосредственно связана с развитием цифровых компьютерных технологий, в которую входят сервисы по предоставлению онлайн-услуг, электронные платежи, интернет-торговля, краудфандинг и др. Главными элементами цифровой экономики называют электронную коммерцию, интернет-банкинг, электронные платежи, интернет-рекламу, а также интернет-игры.

Наиболее перспективными направлениями и секторами экономики для их цифровизации в Беларуси выступают промышленность, сельское хозяйство, энергетика. В промышленности – это автоматизация производств полного цикла, внедрение ERP-систем автоматизации управления производством, персоналом и активами компаний, использование CALS-технологий ин-

формационной поддержки поставок и жизненного цикла продукции, MES-систем координации и синхронизации выпуска промежуточной и конечной продукции.

В сельском хозяйстве – создание общей интеграционной платформы, включающей электронные торговые площадки, единую цифровую систему государственного управления АПК, контроля движения продукции, учета и выявления торговых и технических барьеров.

В энергетическом комплексе – применение информационных технологий в сфере энергоэффективности, энергосбережения и энергоаудита, совместное использование цифровых инфраструктур в энергетике.

Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 23 марта 2016 г. № 235 утверждена Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 гг. Реализация Государственной программы направлена на достижение одного из приоритетов социально-экономического развития Республики Беларусь – развитие информационного общества и широкое внедрение информационно-коммуникационных технологий («Информатизация»). Государственной программой предусмотрено выполнение работ на базе современной информационно-коммуникационной инфраструктуры, направленных на:

– оказание государственных услуг и осуществление административных процедур в электронном виде;

– повышение их доступности;

– стимулирование экспорта услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий, внутреннего спроса реального сектора экономики, сферы услуг, социальной сферы, сферы государственного управления на качественные ИТ-услуги.

Основная задача – ускоренное развитие высокотехнологичных производств и услуг, совершенствование институциональной среды и формирование благоприятной бизнес-среды, рост экспортного потенциала на основе эффективного использования имеющихся и потенциальных конкурентных преимуществ Республики Беларусь. Программой предусматривается решение следующих задач:

1) дальнейшее развитие национальной информационно-коммуникационной инфраструктуры, а также услуг, предоставляемых на ее основе;

2) внедрение технологий электронного правительства и развитие инфраструктуры информатизации;

3) трансформация бизнес-процессов посредством применения информационно-коммуникационных технологий во всех сферах жизнедеятельности современного общества.

На сегодняшний день предпринимательская деятельность – это наиболее притягательная сфера деятельности для современной инициативной молодежи, открывающая для нее перспективы организации и успешного ведения собственного бизнеса и работы в любых торговых организациях.

Открытие на базе УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации» специальности I ступени высшего образования 1-25 01 14 «Товароведение и торговое предпринимательство» явилось неизбежным элементом перестройки основ образовательного процесса. Выпускники этой квалификации получают квалификацию «товаровед-экономист».

Специальность «Товароведение и торговое предпринимательство» ориентирована, прежде всего, на реализацию таких направлений деятельности специалиста, как формирование ассортимента, обеспечение качества и безопасности товаров, организация работы по изучению и прогнозированию спроса на товары; организация договорной работы и контроль за выполнением договоров; анализ и оценка конъюнктуры товарных рынков и т. д.

Информационное обеспечение товароведения и торгового предпринимательства – новое научное направление, развивающее представления о значении информации в процессе товародвижения. Сближение товароведения и информатики происходит не на уровне самого товара, а в сфере информации о нем, т. е. на уровне средств товарной информации.

С учетом компетенций, приобретаемых обучающимися по данной специальности, выпускники УВО могут быть востребованы в условиях цифровой экономики преимущественно в рамках задачи № 3 Государственной программы «Трансформация бизнес-процессов посредством применения информационно-коммуникационных технологий во всех сферах жизнедеятельности современного общества» [2]. В частности, выпускники могут занять в торговле, промышленности и сельском хозяйстве высококвалифицированные рабочие места, связанные со следующими функциями, осуществляемым со значительным (более 50% рабочего времени) применением ИТ-технологий:

- анализ ассортимента потребительских товаров и продукции производственно-технического назначения;
- разработка новых классификационных признаков ассортимента товаров и новых систем показателей качества;
- анализ рыночной конъюнктуры по группам товаров;
- анализ и регулирование процессов выявления потребностей в товарах, их разработки, закупок, производства, контроля качества, товародвижения, эксплуатации (использования) и утилизации;
- анализ рынка услуг;
- разработка и совершенствование системы менеджмента качества, безопасности продукции, гигиены труда, охраны окружающей среды;
- разработка технических нормативных правовых акты в области нормирования и методов испытаний.

Выполнение указанных выше задач – это результат практической реализации таких профессиональных знаний и умений, как:

- принятие оперативных решений по сохранению качества товаров в процессе товародвижения путем применения информационно-коммуникационных технологий в сфере логистики;
- оперативное управление первичными подразделениями – линейными (основная деятельность) или функциональными (подготовительная и вспомогательная деятельность), а также самостоятельными организациями, которые преимущественно не имеют аппарата управления, путем применения информационно-коммуникационных технологий в сферах электронного документооборота и удаленного доступа к базам данных;
- управление ассортиментом товаров, формирование товарных запасов путем применения информационно-коммуникационных технологий в сфере компьютеризированных систем анализа баз данных;
- осуществление контроля за выполнением договоров, соглашений, контрактов, совершенствование организации торговли и коммерческой деятельности, управление материально-финансовым состоянием предприятия, стратегическое и оперативное планирование коммерческой деятельности, разработка маркетинговой стратегии, разработка внешнеэкономической стратегии предприятия на товарном рынке, исследование эффективности организации и управление торгово-технологическим процессом посредством повсеместного внедрения электронного документооборота.

Следует отметить, что рынок программ, используемых в товароведной деятельности, не ограничивается разработками, основанными на программах общего назначения, а расширяется за счет создания новых специализированных продуктов. Так, например, таким продуктом является программа трехмерного компьютерного моделирования, предназначенная для прогнозирования характеристик тканей и создающая трехмерную компьютерную визуализацию проектируемого образца, который можно исследовать как реальный: удалять отдельные нити, получать визуализации его сечения, растягивать образец и т. д. В результате исследования может быть установлено, например, к каким видам по ткацкой классификации относятся полученные переплетения и т. д.

Кроме того, существует программный продукт для определения сорта овчинно-шубного полуфабриката, при котором после определения вида, размеров, количества дефектов шкуры полученные данные о шкуре и дефектах вводятся в компьютер и программа выведет на экран информацию о сортовой принадлежности шкуры. В случае наличия на овчине различных дефектов выбирается наиболее низкий сорт из выведенных на экран вариантов. Применение программы определения сорта шкур на этапе подготовки овчины шубной к раскрою позволяет сократить время на операцию приема овчин по качеству почти в 2 раза.

Следует отметить, что при разработке рецептуры нового продукта активно применяют программы планирования эксперимента, расчета пищевой ценности, рецептурного состава и т. д.

Таким образом, обобщая представленный выше материал, можно сформулировать вывод о том, что знание таких программных продуктов и умение их использовать позволяет повысить конкурентоспособность выпускников УВО специальности «Товароведение и торговое предпринимательство» и обеспечить их востребованность на рынке труда, в том числе в сфере цифровой экономики.

Список использованной литературы

1. **Еськова, О. И.** Новые возможности IT-образования в Белорусском торговом-экономическом университете потребительской кооперации / О. И. Еськова // Потребительская кооперация. – 2018. – № 2 (61). – С. 93–97.

2. **Сыцко, В. Е.** Тенденции в подготовке товароведов на современном этапе в Республике Беларусь / В. Е. Сыцко, Е. П. Багрянцева // Качество и безопасность товаров: от производства до потребления : материалы международной научно-практической конференции, посвященной 60-летию возрождения кафедры товароведения и экспертизы товаров, 8 февраля 2019 г., Москва / Российский университет кооперации. – М. : РУК, 2019. – С. 443–448.

УДК 366.1

А. О. Смольская (allacm63@gmail.com),
ассистент

М. М. Петухов (1mi@mail.ru),
канд. техн. наук, доцент

Белорусский государственный экономический университет
г. Минск, Республика Беларусь

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ ВЫБОРЕ ШОКОЛАДА

В статье представлены результаты исследования предпочтений потребителей при выборе шоколада. Анализ предпочтений позволил установить факторы, обуславливающие выбор шоколада из представленного на рынке предложения, а также определить пожелания населения нашей страны в части улучшения качества и расширения ассортимента данного продукта.

The article presents the results of a study of consumer preferences when choosing a chocolate. Preference analysis revealed the factors behind the choice of chocolate from the list on the market, as well as to determine the wishes of the people of our country in part to improve the quality and expand the range of this product.

Ключевые слова: шоколад; потребление; спрос; производство; ассортимент.

Key words: chocolate; consumption; demand; production; assortment.

Во всем мире шоколад давно относится к товарам повседневного потребления. В Республике Беларусь шоколад ассоциируется с праздником, отдыхом и наслаждением. По данным национального статистического комитета Республики Беларусь в 2018 г. отечественными предприятиями было произведено 65,5 тыс. т шоколада и кондитерских изделий из него [1]. От ассортимента и качества шоколада зависит конкурентоспособность отечественных производителей как на рынке республики, так и за ее пределами. Качество и все вопросы, связанные с ним, очень актуальны в настоящее время. Роль и значение ассортимента и качества продукции постоянно возрастает под влиянием развития технологий производства и потребностей человека. Подъем уровня культуры питания с каждым днем делает потребителей более разборчивыми и требовательными.

Целью данной работы являлось изучение потребительского спроса на шоколад в Республике Беларусь.

Опрос респондентов проводили путем анкетирования. Количество респондентов составило 50 человек. Указанный объем выборки позволяет получить результаты с достоверностью 95% и точностью не менее чем $\pm 5\%$. Доля женщин (80%) в общем числе респондентов превысила долю мужчин (20%). Основное количество респондентов в четырех основных возрастных группах (от 18 до 65 лет) составляет в общей сумме 96%. Меньше всего было число респондентов в возрасте до 18 лет (4%). Сфера деятельности большинства опрошенных – наука и образование (32%), 20% заняты в торговле, 10% оказывают услуги населению и осуществляют бытовое обслуживание, по 8% респондентов работают в сфере экономики, бухгалтерского учета, финансов и страхования, а также в сфере информационных технологий. Незначительное количество респондентов (2–6%) занято в сферах медицины и здравоохранения, строительства, юриспруденции, культуры и искусства, транспорта и связи и других.

На вопрос: «С какой целью вы чаще всего приобретаете шоколад?» 48% респондентов ответили, что покупают шоколад для себя. Почти такое же количество опрошенных (52%) чаще