

2. Выпуск и реализация «Хлебного ассорти» (в одной упаковочной единице хлебобулочные изделия диетического профилактического питания из пшеничной, ржаной, ржано-пшеничной муки в нарезанном виде).

3. Выпуск и реализация хлебобулочных изделий диетического профилактического питания, обогащенных витаминно-минеральными премиксами в виде «таблеток» массой 100–150 грамм по две единицы в упаковке, сопровождаемые надписью-лозунгом «В двух кусочках суточная потребность в нутриентах», создавая, таким образом, ассоциацию у потребителей «Здоровье – в потребляемых продуктах питания». Исходя из этого направления ассортиментную линейку можно совершенствовать в зависимости от половозрастного признака: хлебобулочные изделия для детей, школьников, студентов и т. д.

4. Выпуск и реализация праздничных ассортиментных линеек хлебобулочных изделий диетического профилактического питания, например, пасхальных куличей для диабетиков с пониженным содержанием углеводов. Вместе с тем продажа пасхальных изделий возможна в специальных цветных бумажных формах, т. е. покупатель получает пасхальное изделие в той же форме, в которой оно выпекалось.

Выпуск и реализация хлебобулочных изделий диетического профилактического питания в термостабильной пленки, позволяющей разогреть изделие в СВЧ-печи в домашних условиях.

6. Выпуск ассортиментной линейки премиум-класса хлебов и хлебобулочных изделий, национальных сортов с общим названием «Многовековые традиции хлебопечения». Так, например, хлеб палангский подовый, сорт национального хлеба Литвы, обладающий особыми вкусовыми качествами за счет наличия ароматических веществ [1].

Список использованных источников

1. Чубенко, Н. Т. Многовековые традиции хлебопечения в Литве / Н. Т. Чубенко // Хлебопечение России. – 2012. – № 5. – С. 33–34.

А. А. Семёник, А. А. Семёник

Научный руководитель – кандидат экономических наук Л. С. Климченя
БГЭУ (Минск)

ВОЗМОЖНОСТЬ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЕКТА ARTSERVICE.BY

В настоящее время в Республике Беларусь сложились необходимые предпосылки и условия для создания бизнеса. Доля обрабатывающей промышленности составляет 23,5 % к ВВП, что ставит ее на лидирующую позицию среди других отраслей народного хозяйства [1]. Беларусь является аграрной страной, поэтому отрасли сельского хозяйства и промышленности непосредственно связаны между собой. Основное направление сельскохо-

зайственного производства – производство минитехники и комплектующих к ним, а также сельхозорудия для этого вида техники. Для этого вида бизнеса требуются трактора и мотоблоки Беларус МТЗ, Fermer, Honda, Oleo-Mac и другие аналоги мотоблоков и культиваторов. Таким образом, было решено занять нишу в этой сфере и начать успешно развиваться в ней.

На данный момент существует около восьми крупных и множество мелких продавцов аналогичных товаров. Из крупных это такие торговые предприятия, как ЧТУП «Агропарк», «Агромагазин», «21 век» и др. С крупными продавцами сложно конкурировать, поскольку зачастую эти магазины имеют большую скидку у производителя за счет покупки больших объемов товаров.

Процесс создания нашего интернет-магазина начался с момента регистрации ИП в реестре 26 июня 2013 г. затем у частного лица был заказан сам интернет-магазин. После магазин прошел регистрацию в торговом реестре от 08.11.2013 г. Наш интернет-магазин ArtService с формой организации розничной торговли предоставляет услуги по реализации товаров, предназначенных для сельского хозяйства жителям Республики Беларусь, а также ее нерезидентам с целью получения прибыли.

В нашем интернет-магазине вы сможете приобрести бензопилы, газонокосилки, триммеры, снегоуборочную технику, лебедки, культиваторы, мотоблоки, минитракторы, прицепы, а также сельхозорудия и комплектующие к технике.

Как известно, на рынке существует неудовлетворенный спрос населения в реализации товаров, машин и оборудования, предназначенных для использования их в сфере сельского хозяйства. Однако рынок полон конкурентов, и возникла необходимость в создании уникальной идеи, связанной со сбытом товаров компанией ArtService.

Идея нашей компании состоит в том, чтобы предлагать товары по более низким ценам, нежели у конкурентов, однако это не должно происходить за счет снижения торговой надбавки. Все должно происходить с минимальными издержками.

ArtService сотрудничает с компаниями-грузоперевозчиками, применяющими сложные логистические операции. Одной из таких компаний является компания Vozim.by. Эта компания позволяет доставлять товары в кратчайшие сроки, за оптимальную плату в любой регион страны, при этом у компании настолько развита логистика, что сумма оплаты за доставку не зависит от расстояния, куда нужно доставить товар. Одним из преимуществ компании является самовывоз товара и его отправка. Главным преимуществом этой транспортной компании является то, что она производит расчеты с покупателями.

Оригинальность и особенность нашей бизнес-идеи в том, что наш интернет-магазин вплотную сотрудничает с компанией «Мотоблок-мастер», которая выполняет сложнотехнические операции по ремонту и сервисному обслуживанию техники.

Основным средством рекламы в нашем магазине является размещение в каталоге *onliner.by*, *deal.by*, *igt.by* и др.

Перспективой является открытие магазина розничной торговли, что в значительной степени повысит объем товарооборота товара. Это связано с тем, что некоторые потребители желают выбирать товары и покупать их «вживую», а не заказывая «кота в мешке».

Список использованных источников

1. Итоги 2013 года: ВВП Беларуси вырос на 0,9 % благодаря пересмотру в сторону увеличения ВВП за октябрь-ноябрь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://select.by/content/view/6562/865/>. – Дата доступа: 16.01.2014.

Ю. А. Степанова

Научные руководители – кандидат технических наук Г. М. Власова,
А. В. Попов
БГЭУ (Минск)

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время потребительский спрос населения удовлетворяется преимущественно за счет ввоза в Республику Беларусь ювелирной продукции зарубежных производителей.

В 2013 г. общий объем реализованных в республике ювелирных изделий из золота и драгоценных камней составил 533,6 тысяч на сумму 888,8 млрд бел. рублей, а также 668,3 тысяч украшений из серебра стоимостью 179,4 млрд рублей [1].

В разрезе производителей потребительский белорусский рынок ювелирных изделий характеризуется наличием изделий отечественного производства, изделий из Российской Федерации, Украины, Турции и Италии. Большое доверие у покупателей вызывают изделия, произведенные в странах СНГ.

Значительно выросла доля потребителей, предпочитающих приобретать отечественный товар вместо аналогичного импортного. Можно отметить, что за последние годы значительно расширился ассортимент ювелирных изделий отечественного производства, который стал больше соответствовать современным тенденциям в мире моды, а также стало более приемлемым соотношение «цена – качество», что привлекает покупателей к ювелирной продукции белорусского производства.

Помимо рынка традиционных изделий, в Республике Беларусь растут продажи на рынке эксклюзивных ювелирных украшений. И здесь безусловными лидерами являются Италия и Франция. Нельзя сказать, что развитие этой части рынка идет такими же интенсивными темпами, но сегодня никого не удивляет открытие бутиков известных ювелирных марок. Появление в белорусском обществе состоятельных людей дает основание говорить о стабильном спросе на дорогие изделия в единственном экземпляре.