

Литература

1. *Чепурной, И. П.* Идентификация и фальсификация продовольственных товаров : учебник / И. П. Чепурной. — М. : Дашков и К°, 2008. — 460 с.
2. *Нилова, Л. П.* Товароведение и экспертиза зерномучных товаров : учебник / Л. П. Нилова. — СПб. : ГИОРД, 2005. — 416 с.
3. Мука пшеничная. Технические условия : СТБ 1666-2006. — Введ. 01.12.2006. — Минск : Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2006. — 11 с.

Е.А. Конопаткая, А.А. Николаенко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **А.В. Кармызов**

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОБЪЕКТОВ ФОРМАТА SHOWROOM НА РЫНКЕ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

Сегодня во всем мире наблюдаются интенсивное развитие торговой сферы, появление новых методов продажи товаров, новых способов привлечения покупателей, поддержания их лояльности и развитие новых форматов торговых объектов. Вместе с тем на территории Республики Беларусь большинство уже существующих нововведений на данный момент не получили широкого распространения. К данным нововведениям относится такой новый формат торговых объектов на рынке непродовольственных потребительских товаров, как Showroom. Что же означает термин «showroom» и чем данный формат торговых объектов отличается от обычных магазинов?

В переводе с английского термин «showroom» буквально означает «демонстрационный зал» и имеет несколько значений:

- место, где представлены образцы вещей фабрики, производителя или место деловых встреч дизайнеров и производителей с оптовыми покупателями и заказчиками;
- магазин-ателье («салоны»), где представляет свою продукцию мелкий производитель [1].

Основными характеристиками торговых объектов данного формата являются следующие:

- индивидуальный подход к потенциальным клиентам;
- неширокий ассортимент товаров;
- высокие требования к персоналу (знание ассортимента, соответствие статусу заведения);
- грамотно реализованная маркетинговая политика;
- особые требования к размещению демонстрируемых товаров;
- эксклюзивный дизайн помещения.

Данный формат торговых объектов начинает развиваться на территории Республики Беларусь. К объектам формата «showroom» в нашей стране относятся такие торговые объекты, как Showroomby, Latushkina design, Lena Tsokalenko, Oh my look, Kardash [2].

Объектом нашего исследования является showroom «Бархат» в Минске, который является официальным представителем культового бренда Jovani, основанного в Нью-Йорке в 1980 г. [3].

Анализ цен и ассортимента в исследуемого объекта показал, что цены на платья Jovani в представленном showroom выше среднего (начинаются от 1000 бел. руб.), а ассортимент включает 110 моделей вечерних и коктейльных платьев. Из этого следует, что посетить данный торговый объект, в том числе и приобрести что-либо там, может позволить себе лишь незначительная часть населения нашей страны.

Таким образом, формат магазинов Showroom является перспективным направлением развития торговли на рынке непродовольственных потребительских товаров Республики Беларусь, однако существенным недостатком, который можно выделить на данный момент, является наличие узкого круга потребителей, которые в современных экономических условиях готовы позволить себе совершать дорогостоящие покупки эксклюзивных дизайнерских вещей, невзирая на их высокую стоимость.

Литература

1. Меркулов, А. Что такое шоу-рум/showroom? [Электронный ресурс] / А. Меркулов // Интернет-журнал про деньги «Где и как зарабатывать». — Режим доступа: https://gdeikakzarabotat.ru/stati/chto-takoe-shou-rum.html#free_onmoney. — Дата доступа: 07.04.2017.

2. Пирожок, Е. Дизайнерский путеводитель: шоу-румы Минска [Электронный ресурс] / Е. Пирожок // Онлайн журнал и блог о моде «Salon375.by». — Режим доступа: <http://salon375.by/dizajnerskij-putevoditel-shou-rumy-minska/>. — Дата доступа: 06.04.2017.

3. Соколова, Е. Showroom Бархат в Минске — оригинальные платья Jovani [Электронный ресурс] / Е. Соколова // Shopogid. — Режим доступа: <http://shopogid.by/shops/showroom-barhat.html>. — Дата доступа: 07.04.2017.

И.В. Лешкевич

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель М.Л. Зенькова — канд. техн. наук

ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА РЫБНЫХ КОНСЕРВОВ «КИЛЬКА В ТОМАТНОМ СОУСЕ»

Важной проблемой сегодня является обеспеченность рациона человека рыбой. Так, рекомендуемой нормой потребления рыбы в год являются 27 кг, при этом в среднем по миру в год потребляется 18 кг, что говорит о недостаточности ее в питании человека.