

Для повышения эффективности предложены следующие меры:

- замена части плакатов с идеализированными моделями на фото обычных женщин. Это усилит эмоциональную связь с аудиторией, расширит идентификацию и положительно повлияет на покупательские намерения;
- использование в визуалах только товаров, имеющих в наличии. Это предотвратит разочарование покупателей и повысит доверие. Практику Instagram-аккаунта ЦУМа — демонстрацию реальных образов — целесообразно перенести на материалы внутри магазина;
- проведение fashion-шоу с участием локальных брендов. Такой формат, успешно реализуемый в других торговых центрах, создает события, увеличивает трафик, повышает вовлеченность и работает как PR-инструмент.

М. В. Рацкевич

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Е. Ю. Ракова, канд. экон. наук

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ФОРМИРОВАНИЮ АССОРТИМЕНТА НА ПРИМЕРЕ ОАО «ЦУМ МИНСК»

Формирование торгового ассортимента является важной составляющей эффективной деятельности организаций розничной торговли, напрямую влияющей на их конкурентоспособность, финансовые результаты и удовлетворенность покупателей. Среди основных направлений ассортиментной политики можно отметить расширение ассортимента через внедрение новых позиций и увеличение наиболее популярных; обновление ассортимента путем устранения неактуальных товаров; совершенствование ассортимента.

В условиях высокой конкуренции и быстро меняющихся потребительских предпочтений актуальность совершенствования ассортиментной политики для таких крупных универмагов, как ОАО «ЦУМ Минск», особенно значима.

ОАО «ЦУМ Минск» использует современные инструменты управления ассортиментом (1С, Power BI, CRM-модули) и комбинированные методы оценки спроса (ABC/XYZ-анализ, опросы покупателей). Оценка ключевых показателей ассортимента в секции «Бытовая техника, радиоэлектроника» выявила его высокую глубину, полноту и устойчивость. Однако анализ ассортиментной политики предприятия показывает, что имеется ряд недостатков, главным из которых является отсутствие системного учета неудовлетворенного спроса, что

приводит к упущенной выручке (по данным опроса, 68,8 % покупателей уходят из магазина, не найдя нужный товар).

Для решения выявленных проблем предложены следующие мероприятия:

1. Внедрение системы учета неудовлетворенного спроса через электронные каналы: электронные формы для персонала, онлайн-чат на сайте, Telegram-бот и соцсети. Это позволит выявлять востребованные, но отсутствующие товары и принимать обоснованные решения о вводе новых позиций. Годовой эффект от мероприятия составляет 300 тыс. р.

2. Развитие комбинированного формата «товар + услуга». Предлагается создание пакетных предложений (например, «телевизор + установка», «мебель + сборка», «подарок + упаковка»). Это повысит средний чек, лояльность клиентов и конкурентоспособность предприятия. Ожидаемый ежемесячный прирост выручки может составить до 69 тыс. р.

Внедрение предложенных рекомендаций позволит ОАО «ЦУМ Минск» повысить релевантность торгового ассортимента, удовлетворить нереализованные потребности покупателей, увеличить товарооборот и укрепить свои позиции на рынке. Разработанные подходы могут быть адаптированы и для других предприятий розничной торговли универсального формата.

СНИЛ «Коммерсант»

С. И. Рогожина, А. Д. Былинская, Д. Д. Нарейко

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — М. С. Пономарева

ВОЗМОЖНОСТИ УВЕЛИЧЕНИЯ НАЛОГОВОЙ БАЗЫ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ НАЛОГА НА НЕДВИЖИМОСТЬ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Налог на недвижимость является одним из фундаментальных элементов современной фискальной системы, широко применяемым в подавляющем большинстве стран мира. Он рассматривается как ключевой компонент сбалансированной и справедливой налоговой политики, способствующий формированию устойчивой доходной базы местных бюджетов.

Привлекательность данного налога для государства обусловлена рядом объективных факторов. К ним относятся неоспоримость существования объекта налогообложения, его долгосрочный и стабильный характер, прозрачность владения благодаря обязательной государственной регистрации, а также значительная экономическая