

Являются ли привлекательными предоставляемые услуги для клиентов и выступают ли они конкурентным преимуществом для данных компаний – один из главных вопросов проведённого наблюдения.

Таким образом, необходимо обеспечивать высокий уровень качества обслуживания на АЗС.

Общими рекомендациями для компаний будут следующие:

1. Расширение услуг расширит круг клиентов компании.
2. Важную роль играет удобное месторасположение АЗС.
3. Значительное влияние на привлечение клиентов играет высокий уровень обслуживания персоналом АЗС.
4. Бонусные программы формируют круг постоянных клиентов.
5. Для некоторых компаний необходимо выбрать свою стратегию позиционирования.

В связи с растущей конкуренцией это просто необходимо, а на плаву останутся те, кто способен выполнить следующие шаги:

- поднять общие продажи на автозаправке;
- освоить новые виды деятельности, которые помогут обеспечить дополнительный доход;
- поддерживать качество обслуживания клиентов на высоком уровне;
- ввести программы поощрения для постоянных клиентов;
- обеспечить внешнюю привлекательность автозаправки;
- расширить перечень услуг;

Ведь сегодня автозаправка может приносить прибыль, только превратившись в станцию с широким перечнем услуг, привлекающую клиентов высоким качеством обслуживания.

В. В. Мельниченко

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

ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ АССОРТИМЕНТА МАГАЗИНА «МАСТЕР СТРОЙКИ»

Важнейшим принципом формирования ассортимента товаров является обеспечение его соответствия характеру спроса населения, обслуживаемого клиентами специализированного магазина. Оно предусматривает комплексное удовлетворение спроса покупателей в рамках избранного сегмента рынка.

На построение ассортимента товаров в розничных торговых предприятиях оказывают влияние следующие факторы:

- тип и размер магазина, его техническая оснащённость;
- формирование ассортиментного профиля;
- условия товароснабжения розничной торговой сети (в первую очередь наличие стабильных источников);
- численность обслуживаемого населения;

- транспортные условия;
- наличие сети магазинов-конкурентов и др.

Магазин «Мастер Стройкин» является розничным торговым объектом по продаже крепежа, ручного и строительного инструмента, электрики.

Магазин был переоборудован из жилого помещения (квартиры на первом этаже многоэтажного дома), что сокращает расходы на аренду помещения. Квартира, согласно указу № 479 Президента Республики Беларусь от 25 сентября 2009 г., подходила по всем условиям для вывода в нежилое помещение и создания встроенного специализированного магазина.

Одним из важных признаков, определяющих тип магазина, является его ассортиментный профиль. Поэтому первое, что следует учитывать при формировании ассортимента товаров, – тип розничного торгового предприятия. Магазин «Мастер Стройкин» является комбинированным и реализует товары для ремонта и строительства. Процесс формирования ассортимента магазин «Мастер Стройкин» заключается в установлении группового ассортимента товаров, количественного соотношения отдельных групп товаров и определении внутригруппового ассортимента. Сформированный ассортимент товаров в магазине подчинен интересам наиболее полного удовлетворения спроса населения, обеспечена полнота ассортимента товаров, хорошо известных населению, комплексность их предложения, а также предложены эксклюзивные виды товаров.

Многообразные формы и методы розничной торговли не могут быть эффективными без качественного оказания комплекса дополнительных услуг, поэтому «Мастер Стройкин» оказывает услуги, связанные с покупкой товаров, т. е. компетентные консультации специалистов, подбор необходимых товаров, производит ремонт и сервисное обслуживание товаров.

Осуществление ремонта и сервисного обслуживания позволяет расширить область покупателей районного масштаба до городского и областного, привлекает покупателей, склонных к надежности и уверенности в выбранной продукции.

Магазин использует метод «централизованной доставки» как наиболее эффективный для товароснабжения данного магазина. Товароснабжение осуществляется благодаря тесному сотрудничеству с компаниями г. Гродно и Минска, России и Китая.

В отличие от конкурентов, магазин «Мастер Стройкин» придерживается концепции «ориентация на качество выше цены», что означает реализацию качественной проверенной продукции по более низкой цене.

Таким образом, магазин «Мастер Стройкин», придерживаясь основных правил формирования ассортимента и влияния научно-технического прогресса, предпочтений потребителей, сезонных колебаний в спросе, формирует ассортимент товара, который обеспечивает рост продаж в связи с увеличением количества потребителей.

Магазин «Мастер Стройки» постоянно проводит работу по формированию спроса путем активного включения новых товаров в предлагаемый ассортимент. Кроме того, в период сезонной торговли магазин расширяет ассортимент.

Список использованных источников

1. *Платонов, В. Н.* Организация торговли: учеб. пособие / В. Н. Платонов. – Минск, 2002.
2. *Виноградова, С. Н.* Организация и технология торговли: учебник / С. Н. Виноградова; под общ. ред. С. Н. Виноградовой. – 2-е изд., перераб. – Минск, 2005.
3. *Савицкая, Г. В.* Экономический анализ: учебник / Г. В. Савицкая. – 8-е изд., перераб. – М., 2003.

О. Ю. Остальцева

Научный руководитель – кандидат технических наук А. В. Локтев
БГЭУ (Минск)

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Сегодня на мировом и отечественном рынках продовольствия все чаще выделяются сегменты специализированных продуктов питания, что объясняется потребностью покупателя в таких продуктах питания, которые бы не только удовлетворяли физиологические потребности человека в питательных веществах и энергии, но и выполняли оздоровительную функцию.

Хлеб и хлебобулочные изделия для населения Республики Беларусь, как и многих славянских народов, на протяжении веков и по сей день являются важной составной частью рациона питания, что обусловлено их высокой пищевой ценностью, низкой стоимостью, доступностью для всех групп населения. Таким образом, наиболее экономически оправданными объектами для развития сегмента специализированных продуктов питания в Республике Беларусь являются хлебобулочные изделия. С учетом данного факта в настоящее время создание хлебобулочных изделий диетического профилактического назначения является весьма актуальной проблемой и стратегическим направлением развития отрасли в целом.

Исследование хлебобулочных изделий диетического профилактического питания (специализированных хлебобулочных изделий) с точки зрения товароведных, маркетинговых и коммерческих составляющих позволило сформулировать ряд предложений по улучшению их качества и расширению ассортимента, основными из которых являются:

1. Выпуск и реализация хлебобулочных изделий диетического профилактического питания «День – Ночь» (в одной упаковочной единице представлен в нарезном виде хлеб с пониженным содержанием углеводов, но обогащенный белком, и хлеб с повышенным содержанием углеводов).