

Снижение расходов на реализацию товаров может быть достигнуто при рациональном ведении тарного хозяйства, своевременного ремонта и возврата оборотной тары, бережного обращения и правильного хранения тары.

Оптимизация расходов всегда являлась важнейшим вопросом в экономике. Решению этой задачи, в частности, способствует хорошо налаженный учет издержек обращения, их контроль и анализ. С целью повышения оперативности принятия решений и качественного уровня производительности персонала в сфере экономической работы в торговых организациях следует интенсивно внедрять полную автоматизацию всего учета на предприятии.

Е.Г. Ситник, ФЭУТ, 4-й курс, гр. ДГС-2
Научный руководитель – *С.И. Кабушкина*, ассистент

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К РАЗВИТИЮ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ ТОРГОВЛИ НА ПРИМЕРЕ ГИПЕРМАРКЕТОВ

Освоение формата «гипермаркет» представляется перспективным направлением развития розничных торговых сетей на постсоветском пространстве. Уже сейчас в г. Москве работают более 15 торговых организаций, подпадающих под понятие «гипермаркет». Большая часть из них открыта иностранными компаниями, имеющими многолетний опыт работы в этом направлении.

В отличие от зарубежных сетей у российских и белорусских компаний такого опыта нет. Поэтому возникают разногласия даже по поводу того, какие магазины следует считать гипермаркетами. При этом называются разные цифры минимальных площадей, указываются те или иные особенности организации розничной торговли.

Согласно международной классификации к гипермаркетам относятся розничные предприятия с торговой площадью более 2,5 тыс. м². Принято выделять 3 категории гипермаркетов:

- малые – площадью до 7,5 тыс. м²;
- средние – 12 тыс. м²;
- крупные – объекты, чьи площади превышают все перечисленное.

Ассортимент гипермаркетов колеблется от 30 тыс. наименований (для малых предприятий) до 74 тыс. (для крупных и средних). Соотношение продовольственных и непродовольственных групп чаще всего соотносится как 60:40. В большинстве случаев торговый зал гипермаркета насчитывает более 5 тыс. м².

Маркетологи считают сегодня формат гипермаркета привлекательным не только для столиц, но и для небольших областных и региональных центров, на-

селение которых не достигает миллиона человек. По мнению специалистов, сегодня в России можно открывать по 1 «гиперу» на каждые 250-300 тыс. жителей. В качестве аргументов за это направление развития материально-технической базы торговли выдвигаются прежде всего слабая конкуренция на нынешнем этапе на этом сегменте потребительского рынка и бурное развитие данной ниши в ближайшие годы. Кроме того, в результате урбанизации растет число горожан, предпочитающих закупать необходимые продукты на неделю, а не каждый день.

Следует учитывать и то, что открытие гипермаркета требует больших вложений и связано с большими рисками. С учетом затрат на строительство средняя цифра вложений в московский гипермаркет составляет 1 тыс. долл. США на м².

Важной статьёй инвестиций становятся и затраты на автоматизированное управление и формирование управленческого звена среднего уровня, в чью задачу входит согласование работы основных подразделений. Из-за отсутствия учебных заведений, где бы готовили таких специалистов, операторы вынуждены решать эту проблему индивидуально. Например, в московском «Мосмарте» была разработана многоуровневая система подготовки персонала, суть которой сводится к обучению новых сотрудников профессиональными тренинговыми компаниями и внутренними тренерами параллельно с прохождением будущими специалистами стажировки.

Для Республики Беларусь, несмотря на трудности, открытие гипермаркетов имеет ряд преимуществ:

- 1) Привлекательность цен. В минских гипермаркетах планируется реализовывать товары по более низким ценам, чем в обычных магазинах;
- 2) Автоматизированная система управления торговой организацией позволит заказывать столько товаров, сколько нужно, и получать прибыль не за счет торговой надбавки, а за счет скорости оборота товаров;
- 3) Олицетворяя европейский стандарт торговли, гипермаркеты к своим поставщикам будут предъявлять высокие требования, как минимум – соответствие стандарту качества ИСО-9001;
- 4) Создание новых рабочих мест.

А.В. Соико, ФЭУТ, 4-й курс, гр. ДГС-1
Научный руководитель – *А.В. Владыко*, канд. экон. наук

СТРУКТУРА ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА И ФАКТОРЫ, ЕЕ ФОРМИРУЮЩИЕ

Финансовое состояние, ликвидность и платежеспособность торговых организаций в большой степени зависят от уровня деловой активности, опти-

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГУЭ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.®

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by> elib@bseu.by