

РОЛЬ СТРОИТЕЛЬНЫХ СУПЕРМАРКЕТОВ В ОБСЛУЖИВАНИИ НАСЕЛЕНИЯ

В число наиболее востребованных форматов магазинов в настоящее время вполне обоснованно вошли супермаркеты. Покупателей прежде всего привлекает широкий и глубокий ассортимент товаров в сочетании с большим спектром дополнительных услуг, а также более низкие цены, чем в специализированных магазинах. Следует отметить, что если раньше супермаркеты нацеливались прежде всего на торговлю продовольственными товарами и ограниченным ассортиментом непродовольственных товаров, то сейчас уже на рынке завоевали популярность супермаркеты, торгующие бытовой техникой, мебелью и одеждой. Особенно быстро развивается сеть супермаркетов, предлагающих покупателям строительные и отделочные материалы. В числе наиболее крупных в Республике Беларусь можно выделить сети «Новоселкини», «Домолок», «Палас», «Материк», «Ома». Покупатели супермаркетов уже успели почувствовать все достоинства данного формата.

В ноябре 2008 г. в г. Кобрине ОАО «Надзея» открыло строительный супермаркет «БУМ». В городе и районе вводится интенсивное жилищное строительство, что и послужило основным аргументом при принятии решения об открытии супермаркета. Торговая площадь супермаркета составляет 2200 тыс. м², в ассортименте около 30 тыс. SKU. В супермаркете «БУМ» предусмотрена система накопительной скидки по карте постоянного клиента, посредством которой можно получить скидку в размере от 1 до 5 %. Кроме того, на покупку товаров от 2 млн руб. предоставляется возможность рассрочки до 3 месяцев, а также оформление кредита.

Строительный супермаркет «БУМ» быстро завоевал расположение покупателей. Здесь ежедневно совершают покупки 1,5–2 тыс. покупателей, а средний чек составляет более 150 тыс. руб. Кроме того в состав супермаркета входит оптовое подразделение, обслуживающее юридических лиц и предпринимателей, с которыми заключено 367 договоров. Прибыль от реализации в 2015 г. составила около 2,5 млрд руб. Однако, по нашему мнению, у супермаркета имеются существенные резервы роста товарооборота и повышения качества обслуживания покупателей.

Общеизвестно, что супермаркеты наряду с предложением широкого ассортимента товаров должны обеспечивать предоставление покупателям различных дополнительных услуг. Супермаркет «БУМ» предоставляет определенный комплекс дополнительных услуг. К таким услугам относятся оверлочивание ковров, колеровка красок, под-

бор обоев в зависимости от интерьера. По желанию покупателей производится бесплатная доставка товаров на дом по городу и платная доставка за его пределы. Такой перечень услуг, по нашему мнению, нельзя признать достаточным. Сетевые строительные супермаркеты Республики Беларусь предлагают более широкий спектр услуг [1]. Исходя из этого, мы предлагаем расширить перечень услуг, оказываемых покупателям за счет включения в него прямолинейного распила ДСП, ДВП, фанеры с оклейкой кромкой ПВХ по эскизам покупателя. Эту услугу можно рассматривать как элемент персонализации обслуживания покупателей, которая в настоящее время рассматривается как важнейший фактор их лояльности.

В связи с интенсивным жилищным строительством нам представляется перспективной такая дополнительная услуга, как аренда электроинструмента (шуруповертов, бетоносмесителей, углошлифовальных машин, компрессоров, сварочных аппаратов, циркулярных пил и др.)

Расширение дополнительных услуг приведет к росту объемов продаж и повышению культуры обслуживания покупателей, а следовательно и к обеспечению конкурентных преимуществ супермаркета.

Литература

1. Mile-DIY, декор и сад [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.mile-diy.by/>. — Дата доступа: 16.02.2016.

*Ю.В. Шевкунова
И.В. Уриш
БГЭУ (Минск)*

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РБ

Рассмотрение и осознание проблем развития внешнеторговой деятельности является актуальной темой в наши дни.

Реалии нынешнего года находятся в серьезном противоречии с первоначальными ожиданиями Правительства. По большинству основных финансовых показателей прошлогодний рост сменился падением. В 2015 г. объем внешней торговли товарами составил 8,2 млрд дол., при этом уменьшился по сравнению с 2014 г. на 2,4 млрд дол., или на 29 %. Экспорт товаров составил 26,7 млрд дол. и сократился на 9,4 млрд дол., или на 26 %. Сальдо внешней торговли товарами сложилось отрицательное в размере -1,7 млрд дол. По сравнению с 2014 г. объем отрицательного сальдо сократился на 0,3 млрд дол.

Среди основных причин снижения экспорта за 2015 г. можно выделить: