

Источники

1. Чурко, Д. Типичные ошибки поставщика торговой сети [Электронный ресурс] / Д. Чурко // Edisoft. — Режим доступа: <https://ediweb.com/ru-ru/company/blog/tipichnye-oshibki-postavshnikov-torgovoj-seti>. — Дата доступа: 29.11.2018.

2. Федорович, Т. Как войти в торговую сеть: проблемы ритейлеров и поставщиков [Электронный ресурс] / Т. Федорович // Коммерческий директор. — Режим доступа: <https://www.kom-dir.ru/article/240-kak-voyti-v-torgovuyu-set>. — Дата доступа: 29.11.2018.

А.М. Сияк
БГЭУ (Минск)

ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ И ПУТИ ЕГО ОПТИМИЗАЦИИ

Результаты развития потребительского рынка Республики Беларусь позволяют говорить об усилении конкуренции между розничными организациями, вызванной ростом инфраструктуры розничной торговли в течение последних 5 лет. Вместе с ростом числа современных торговых объектов в борьбе за потребителя усиливается необходимость формирования ассортимента, с одной стороны, максимально удовлетворяющего потребности покупателей, с другой — позволяющего организациям торговли получать необходимый экономический эффект от своей деятельности.

Поэтому успех в конкурентной борьбе на потребительском рынке товаров народного потребления приходит к тому, кто наиболее компетентен в ассортиментной политике, владеет методами ее успешной реализации и максимально ею управляет. В течение 2015–2018 гг. наравне с торговлей продовольственными товарами существенно расширен рынок товаров народного потребления, в том числе — товаров для строительства, ремонта, обеспечения быта, уюта и комфортного проживания потребителей в собственных объектах жилой недвижимости. За этот период существенно расширилась розничная сеть гипермаркетов «ОМА» и Mile, начато строительство первого гипермаркета LeroyMerlin [1]. Все это привело к расширению ассортимента соответствующего сегмента товаров, обеспечив рост товарооборота непродовольственных товаров.

Проведенное исследование порядка и методов формирования ассортимента ОАО «ОМА» показывает, что, несмотря на расширение ассортимента предлагаемой продукции, все еще существуют проблемы в постоянном обеспечении в широком ассортименте различных видов строительных смесей, электроинструмента, товаров для дома. Все это

приводит к невыполнению плана товарооборота, ведет к ухудшению экономических показателей торговли.

Улучшение ситуации предполагает использование инструментов формирования и управления ассортиментом, зарекомендовавших себя в мировой практике в данном секторе торговли. Среди них:

- разделение ассортимента по большим потребительским комплексам и его формирование из товаров нескольких групп (например, «Все для электричества», «Для тепла» и т.п.). При необходимости — включение в различные потребительские комплексы продукции одной товарной группы, но разных видов;

- установление правильного соотношения между подвидами товаров высокой и медленной оборачиваемости внутри товарной группы (потребительского комплекса);

- выделение из ассортимента каждой товарной группы высокооборотных товаров и обеспечение их бесперебойного наличия, его своевременное обновление и в случае отсутствия – внесение корректировок на востребованные у потребителей аналоги;

- работа с неудовлетворенным спросом покупателей;

- введение в ассортимент уникальных торговых марок высокооборотных видов продукции;

- введение в организационную структуру торговых объектов должности контролера управления в целях обеспечения непрерывного контроллинга за обеспечением ассортиментом и его корректировкой.

Таким образом, для обеспечения конкурентных преимуществ на развивающемся потребительском рынке необходимо обеспечивать формирование максимально удовлетворяющего потребностям потребителей ассортимента на определенном потребительском рынке.

Источники

1. Белорусский ритейл [Электронный ресурс] // BelRetail.by. — Режим доступа: <https://belretail.by/news/frantsuzskiy-leroy-merlin-privodit-k-nerazvivaemomu-potrebitelskomu-rynku>. — Дата доступа: 01.12.2018.

Н.В. Сокол, М.И. Казанцев
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И.В. Уриш, канд. экон. наук, доцент

ОСОБЕННОСТИ ЭКСПОРТА ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ БЕЛАЭС

Согласно планам, первый блок АЭС должен быть введен в 2020 г., второй — в 2021 г. Беларусь рассчитывает на экспорт электроэнергии в страны ЕАЭС, Евросоюза и Украину после запуска атомной электростанции в Островец.