

Источники

1. Поведение потребителей в Интернете [Электронный ресурс] // do-clad.ru. — Режим доступа: <https://works.doklad.ru/view/vIZgf3qG8cM.html>.
2. Онлайн поведение покупателей: влияние на решение интернет-магазинов [Электронный ресурс] // Юго-Западный государственный университет. — Режим доступа <https://swsu.ru/sbornik-statey/onlayn-povedenie-pokupateley-vliyanie-na-reshenie-internet-magazinov.php>.
3. Количество интернет-магазинов в Беларуси за 2018 год увеличилось на 20 % [Электронный ресурс] // Sputnik Беларусь. — Режим доступа: <https://sputnik.by/economy/20190314/1040490570/Kolichestvo-internet-magazinov-v-Belarusi-za-2018-god-uvlechilos-na-20.html>.

С.В. Юсикова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Л.С. Климченя, канд. экон. наук, доцент

РОЗНИЧНАЯ СЕТЬ ТОРГОВЫХ ОБЪЕКТОВ ГОРЕЦКОГО РАЙОННОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ОБЩЕСТВА: СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ

Розничную торговую сеть следует рассматривать как важнейший структурный элемент материально-технической базы торговли, состоящий из совокупности торговых объектов и торговых единиц, действующих на определенной территории и осуществляющих продажу товаров населению. Экономическое значение розничной торговой сети состоит в ускорении движения и реализации товара, а также сохранении его количества и качества на всем пути от производства до потребителя. Розничная торговая сеть представляет собой совокупность торговых объектов, расположенных в пределах конкретной территории или находящихся под общим управлением. Основная задача формирования розничной торговой сети определяется необходимостью сокращения затрат времени населения на поиск и покупку товаров и услуг, обеспечивающих удовлетворение потребительского спроса.

Горецкое райпо — организация со сложившейся сетью стационарных и нестационарных торговых объектов (7,5 % — нестационарных объектов, 82,5 % стационарных объектов). На начало 2018 г. стационарная сеть была представлена 72 магазинами, что на 7 магазинов меньше, чем в 2015 г., следовательно, сеть сократилась на 9 % в количественном аспекте; по торговой площади в 2017 г. она уменьшилась на 10,5 % и составила 7379 м², по сравнению с 2015 г. — 8246 м². В структуре сети 87,5 % занимают продовольственные магазины и 12,5 % непродовольственные магазины, в рамках оценки торговой площади 80 % составляют площади с продовольственным ассортиментом от общей площади

т.е. 5902 м² продовольственных магазинов, 20 % составляет площадь непродовольственных товаров, т.е. 1477 м². Средняя торговая площадь одного магазина в целом по райпо на начало 2018 г. составила 102,5 м², в том числе по продовольственным магазинам — 93,7 м², по непродовольственным — 164,1 м², следовательно торговая сеть измельчилась.

Всего из 72 магазинов Горецкого райпо по продаже непродовольственных товаров 5 магазинов являются специализированными. Это магазины «Мебель», «Обувь», «Ювелирный», «Бытовая техника», «Сувениры». Следовательно, уровень специализации составляет 7 % (по количеству). Из 63 продовольственных магазинов 37 можно отнести к универсальным, следовательно, уровень универсализации составил 59 % (по количеству).

Таким образом, проведенное исследование позволило сделать следующие выводы по сети райпо: сеть сокращается, сеть измельчена, в структуре доминируют неспециализированные магазины.

Д.В. Якутина
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Л.С. Климченя, канд. экон. наук, доцент

ИССЛЕДОВАНИЕ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ ПРОДАВЦА И ВОЗМОЖНОСТЬ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Режим труда и отдыха определяет продолжительность работы и рациональное чередование периодов работы (трудовой деятельности) и перерывов для отдыха. Главными элементами, составляющими сменный режим труда и отдыха, являются: установленная общая продолжительность рабочего дня; время начала и окончания работы; время предоставления и продолжительность обеденного перерыва; периодичность и длительность других регламентированных перерывов на отдых.

В исследуемом магазине «Спортмастер» была проанализирована работа продавца-консультанта. На основе наблюдательного листа было установлено, что после 14:00 усталость продавца начинает непрерывно расти. На это влияют и увеличение посещаемости магазина (после 17:00 она становится максимальной), и человеческий фактор (утомление). Однако стоит заметить, что такая тенденция наблюдается не только в магазине «Спортмастер». Почти во всех розничных магазинах, где рабочая смена продавца составляет 12 часов усталость сотрудника во второй половине дня растет.

Что касается магазина «Спортмастер», то одним из предложений для улучшения комфорта и повышения работоспособности сотрудников предлагается оборудовать обособленную зону отдыха в подсобном помещении магазина. Для этого понадобятся: удобная мебель (диван,