

ящее время AR-технология все больше развивается, что способствует повышению конкуренции на рынке. Есть все основания полагать, что данная технология в ближайшие несколько лет может кардинально изменить процесс работы с клиентом во всех сферах торговли.

СНИЛ «Гандаль»
А.С. Брель, Д.А. Сахарова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А.В. Владыко, канд. экон. наук, доцент

ОЦЕНКА РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ МАГАЗИНА НОВОГО ФОРМАТА «ZERO WASTE SHOP»

Так как проблема увеличения накопления отходов, в большинстве своем пластиковых, сейчас стоит наиболее остро, необходимо искать альтернативы существующим вариантам ведения розничной торговли, одной из которых является создание магазина нового формата — магазина без упаковки.

Концепция «Zero Waste Shop» основывается на том, что продажа продуктов происходит без одноразовой пластиковой упаковки в тару покупателей, т.е. с минимальным количеством создаваемого мусора при осуществлении деятельности магазина. В последнее десятилетие такие магазины становятся все более популярными — по разным данным, в мире их насчитывается около трех сотен [1].

В европейских странах есть как локальные магазины без упаковки, так и целые «zero waste» сети: во Франции это Day by Day, в Германии — Original Unverpackt, в Англии — Unpackaged. В их магазинах нет ни пластиковых, ни бумажных пакетов.

Преимущества открытия магазина такого формата заключаются в следующем:

1. Более низкие цены, так как упаковка товаров зачастую составляет 40 % от стоимости, а для некоторых продуктов 200 %. Например, это относится к специям в полиэтиленовых упаковках, в которых содержится совсем небольшое количество, а стоимость пакетика оказывается больше стоимости содержимого.

2. Новый интересный формат магазина.

3. Забота об экологии.

4. В связи с ростом популярности темы экологии среди населения открытие магазина без упаковки будет стимулировать к покупке людей, интересующихся темой защиты окружающей среды.

5. Покупатели смогут купить любое необходимое количество товара.

6. Покупатели видят непосредственно сам товар, не скрытый за упаковкой.

Для привлечения финансирования такого проекта может служить краудфандинг. Успешные примеры такого способа финансирования имеются в Европе (множество магазинов) и России (1 магазин без упаковки) [2]. Также в Минске этот способ использовали для приглашения на лекцию известной американской эко-активистки — Беа Джонсон, что демонстрирует заинтересованность населения в переходе к более экологичному образу жизни.

Таким образом, можно сделать вывод, что развитие формата магазинов без упаковки на сегодняшний день довольно популярно в мире: как в Европе, так и среди населения нашей страны и ближайших стран-соседей.

Источники

1. *Котлякова, А.* Как работает магазин, где все товары без упаковки [Электронный ресурс] / А. Котлякова // The Village — интернет-газета. — Режим доступа: <https://www.the-village.ru/village/city/new-one/319169-magazin-bez-othodov>.

2. Проект магазина «без упаковки» [Электронный ресурс] // Boomstarter. — Режим доступа: https://boomstarter.ru/projects/920767/magazin_zero_waste_shop_vse_produkty_v_svoyu_taru.

2-е место по итогам работы секции

В.В. Буйда

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Р.П. Валевич, канд. экон. наук, профессор

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В ТОРГОВОМ БИЗНЕСЕ

Розничная торговля в настоящее время является достаточно значимой в социальном плане сферой, это выражается через удовлетворение потребностей населения путем предоставления широкого ассортимента качественных товаров, обеспечение занятости населения, а также формирование государственного бюджета. Включение стран и субъектов в реализацию политики социальной ответственности позволяет им получить дополнительные выгоды. Социально ответственное поведение в бизнесе приводит к сокращению операционных расходов, привлечению инвесторов и потребителей, что способствует увеличению объемов деятельности и ее эффективности. В конечном счете социальная ответственность становится дополнительным конкурентным преимуществом организации.

Социальную ответственность можно определить как: определенный уровень добровольного отзыва на социальные проблемы общества со стороны организации; добровольный вклад бизнеса в разви-