

ны. В этом году Белорусская торгово-промышленная палата внедрила новый формат подготовки экспортеров к участию в национальных экспозициях за рубежом — Road Show. Новая деловая практика включает не только изучение профиля и особенностей выставки, но и детальный анализ потенциала рынка страны проведения экспозиции.

Важным достижением в развитии инфраструктуры внешней торговли стал запуск масштабного образовательного проекта «Школа экспорта», который направлен на развитие компетенций специалистов, задействованных в продвижении товаров и услуг на новые и традиционные рынки.

Источник

1. Белорусская торгово-промышленная палата [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.cci.by>.

СНИЛ «Коммерсант»

П.В. Еременко

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

ИССЛЕДОВАНИЕ СТРУКТУРЫ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ

Создание розничных торговых сетей — один из современных методов управления торговым капиталом, который позволяет получать экономию затрат от изменения масштаба деятельности. Структура розничной торговой сети исследовалась на примере Советского района города Минска по данным ГУПР Мингорисполкома. Результаты исследования представлены ниже.

1. Количество торговых объектов с продовольственным ассортиментом товаров составило по последним данным 316 единиц. Торговых объектов с непродовольственным ассортиментом — 839 единиц. Имеет место тот факт, что с каждым годом (начиная с 2016 г.) число продовольственных торговых объектов увеличивается в среднем на 45 единиц/год. Относительно непродовольственных объектов, темп роста их количества составляет в среднем на 107 единиц/год. В соотношении имеем торговых объектов с непродовольственным ассортиментом на 37,7 % больше, чем с продовольственным.

2. Удельный вес стационарных объектов в Советском районе города Минска составляет около 98 % в общем объеме торговых объектов района, что положительно для торгового обслуживания.

3. Показателем, характеризующим специализацию розничной торговой сети, является уровень специализации. Уровень специализации для розничной сети Советского района г. Минска составил около 9,7 % (112 специализированных торговых объектов из 1155 действующих).

4. Показателем, характеризующим универсализацию розничной торговой сети, является уровень универсализации, который составил 2,3 % (27 универсальных торговых объектов из 1155 действующих). Имеет место наибольшая концентрация универсальных магазинов именно в этом районе (77 % всех магазинов г. Минска).

5. Удельный вес торговой площади в общей площади магазинов в среднем по сети торговых объектов с продовольственным товарным ассортиментом составляет 56 %, с непродовольственным товарным ассортиментом — 65 %. Можно сделать вывод о нерациональном использовании площади торговых объектов.

6. Время работы в среднем по торговой сети объектов с продовольственным ассортиментом составляет 14 часов, в непродовольственных — 10 часов. Можно говорить о достаточности рабочего времени и возможности посменной работы для персонала.

7. Средний размер торговой площади одного продовольственного магазина составляет около 250 м², непродовольственного — около 400 м². Имеет место превалирование средних по размеру торговых объектов.

Исследование розничной торговой сети Советского района выявило следующие проблемы: недостаточно высокий уровень специализации, плохая развитость мелкорозничной торговой сети, нехватка магазинов шаговой доступности, недостаточная развитость розничной торговой сети с продовольственным ассортиментом, избыточная универсализация. Для устранения выявленных недостатков предложены следующие меры:

1) внедрение использования автолавок в розничную торговую сеть как один из способов продажи специализированной продукции и продукции сезонного характера;

2) стимулирование правительством развития фирменной торговли с целью увеличения количества специализированных магазинов;

3) стимулирование правительством развития малого бизнеса и предпринимательства как фактор роста магазинов шаговой доступности;

4) стимулирование участия субъектов торговли в мастер-классах, лекциях, семинарах с целью повышения профессиональных навыков и последующего применении их при размещении новых торговых объектов.

К.В. Желюбчик, Ю.Д. Довгаль
БГЭУ (Минск)

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

МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Чтобы привлечь посетителей к своему ресторану или кафе, необходимо создать необычную концепцию, разработать неповторимый