

1) дополнительная установка в центре торгового зала двух островных двухъярусных горок вместо одной одноярусной, что, с одной стороны, позволит повысить коэффициенты эффективности использования установочной и экспозиционной площади до рекомендуемых значений, а, с другой — расширить конфигурацию «золотого треугольника», тем самым увеличив его площадь с 38 м² до 41 м². Дополнительная установка торгового оборудования для «декоративной косметики» в центре торгового зала будет способствовать увеличению объема продаж как минимум на 30 %;

2) установка 10 галогенных ламп «Phillips Brilliantline» с коэффициентом цветопередачи более 90 % для акцентирования внимания на товарах-новинках (4 шт.) и товарах, размещенных в «холодной зоне» (6 шт.). Возможный прирост объема продаж — до 50 %;

3) перемещение группы «косметические товары для мужчин» в зону справа от входа в магазин, чтобы она попадала в обзор покупателя, что будет способствовать повышению коэффициента покупки.

Источник

1. *Сысоева, С.В.* Мерчендайзинг. Курс управления ассортиментом в рознице / *С.В. Сысоева, Е.А. Бузукова.* — СПб. : Питер, 2018. — 256 с.

К.И. Мисник
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Н.Е. Свирейко, канд. экон. наук, доцент

ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

На сегодняшний день технологии и стандарты передачи данных через сеть Интернет стали универсальной средой обмена коммерческой информацией, что во многом определило принципы ведения бизнеса в сфере электронной коммерции. Рост объемов электронной торговли ежегодно увеличивается на 15–20 %. В 2017 г. доля интернет-торговли в розничном товарообороте в республике составила 2,8 %. В денежном выражении это составило 1,1 млрд руб. или 568 млн дол. На 1 января 2018 г. в торговом реестре зарегистрировано 16 175 интернет-магазинов. За год количество интернет-магазинов в Беларуси увеличилось на 17,2 % [1].

Для развития интернет-торговли в Республике Беларусь имеются все необходимые составляющие: внедрение высокоскоростного Интернета по всей стране; относительно небольшая территория республики, что способствует доставке товара в любую точку страны в течение суток; мобильный Интернет; низкие цены на трафик; популяризация использования сети Интернет населением. Сдерживающими факто-

рами являются: несовершенство нормативно-правовой базы; экономические проблемы, факторы, связанные с относительной дороговизной технических решений; психологические проблемы, связанные с низким уровнем доверия к интернет-технологиям; проблема конфиденциальности и защиты информации и др. [2].

Основополагающими документами, регулирующими интернет-торговлю, являются Закон Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» от 8 января 2014 г. № 128-З и Правила продажи товаров при осуществлении розничной торговли по образцам, утвержденные постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15 января 2009 г. № 31. Законодательство Республики Беларусь позволяет продавцам использовать иные информационные ресурсы для размещения информации о товарах. Субъекты интернет-торговли используют социальные сети для продажи товаров через собственную страницу или специально созданную группу, а также для рекламы товаров с их описанием, размещением отзывов потребителей, проведением розыгрышей призов.

Дальнейшее развитие интернет-торговли в Республике Беларусь будет определяться возможностями использования интернет-магазинами систем искусственного интеллекта, в том числе чат-ботов, доставки товаров сторонними курьерскими службами, возвратом товаров, приобретенных в интернет-магазине посредством функции «корзина для покупателя», дистанционными расчетами за товары.

Источники

1. Электронная коммерция в Республике Беларусь: основные тенденции и проблемы развития [Электронный ресурс] // MyFin. — Режим доступа: <https://myfin.by/stati/view/10729-obem-internettorgovli-v-belarusi-mozhet-vyrasti-do-15-mlrd3>.

2. Горбунова, Ю.И. Интернет как средство информационного обеспечения экономической деятельности на региональном уровне [Электронный ресурс] / Ю.И. Горбунова // КиберЛенинка. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/internet-kak-sredstv>.

В.В. Мишкова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Н.Е. Свирейко, канд. экон. наук, доцент

РЕЖИМ ТРУДА И ОТДЫХА ПЕРСОНАЛА ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ: ОЦЕНКА И ПУТИ УЛУЧШЕНИЯ

Режим труда и отдыха определяет продолжительность работы и рациональное чередование периодов работы и перерывов для от-