

И. И. Поддубский

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Л. В. Безпалько

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В СЕЛЬСКОМ МАГАЗИНЕ

За последние 10 лет в сельской местности Беларуси наблюдается снижение числа розничных торговых объектов (с 11 023 ед. в 2010 г. до 10 086 ед. в 2019 г.) [1]. В большей степени это вызвано оттоком населения в города, снижением уровня доходов сельских жителей, а также организацией крупными торговыми сетями к своим магазинам бесплатных автобусных рейсов для сельчан.

Частному бизнесу, ввиду отсутствия возможности получить существенную прибыль, невыгодно открывать магазины в сельских населенных пунктах: подавляющее большинство магазинов с числом жителей менее 200 убыточны. Это вызывает небольшое количество конкурентов (или их отсутствие), если говорить о небольших деревнях. В деревнях гораздо больший процент пьющих жителей, людей пенсионного возраста; более низкие заработные платы по сравнению с городом.

Исследование проводилось на материалах магазина «Аладдин» ЧТУП «Тадэбург», расположенном в Могилевской области, Кличевском районе, агрогородок Бацевичи. Режим работы: с 08:00 до 20:00. Торговая площадь магазина составляет 50,5 м² (общая — 71 м²). Используемые методы продажи товаров: традиционный (через прилавок) и частичное самообслуживание.

В целях улучшения организации продажи товаров в данном магазине был проведен опрос 50 покупателей, в результате которого выявлено следующее: 53 % из числа опрошенных не удовлетворены ассортиментом продовольственных и сопутствующих им непродовольственных товаров; каждый третий покупатель отметил высокие цены на товары; 16 % — не удовлетворены их качеством; 12 % покупателей отметили невнимательность к ним торгового персонала; 70 % — желали, чтобы продажа товаров в магазине осуществлялась методом полного самообслуживания; 85 % — отметили хорошее санитарное состояние магазина и прилегающей территории. Покупатели удовлетворены скоростью обслуживания и тем, что в исследуемом магазине предоставляются такие дополнительные услуги, как приготовление горячих напитков и разогрев готовой продукции. Основное недовольство сельских жителей вызвано следующим: довольно долгий путь с окраин и близлежащих деревень до центра агрогородка Бацевичи, где и расположен магазин.

В связи с этим предлагается провести следующие мероприятия:

- для экономии затрат времени покупателей, живущих на значительном расстоянии от магазина (7 км), открыть нестационарный тор-

говый объект (автомагазин). График работы автомагазина установить не реже двух раз в неделю (вторник и пятница). Это позволит повысить удовлетворенность сельских жителей торговым обслуживанием, а также в значительной степени увеличить объемы продаж торговой организации;

- внедрить программу лояльности для покупателей сельского магазина. Размер скидки должен зависеть от суммы единовременной покупки. На сегодняшний день «объемные» покупки большинство покупателей предпочитает приобретать в супермаркете «Евроопт» (находящемся в районном центре, в 14 километрах от аг. Бацевичи);

- совершенствовать структуру ассортимента товаров, его бесперебойное наличие в магазине в течение всего рабочего дня. Рекомендовано вести журнал учета неудовлетворенного спроса, который позволит фиксировать пожелания покупателей с тем, чтобы приобретать необходимые товары.

Источник

1. Внутренняя торговля и общественное питание [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/vnytrennia-torgovly>. — Дата доступа: 25.10.2020.

А. М. Пономарева
БГЭУ (Минск)

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

АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА И ЕЕ РОЛЬ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Одним из самых важных инструментов и составляющих в борьбе с конкурентами является ассортиментная политика. В условиях рыночной экономики ассортиментная политика является важной частью общей стратегии организации торговли.

В настоящее время современный рынок товаров отличается относительно высокой насыщенностью, товарного дефицита практически нет. Бюрократическая система распределения товаров полностью заменена отношениями свободной купли-продажи. Динамика объемов и структуры реализации товаров и услуг постепенно приобретает все более устойчивый характер.

Ассортиментная политика — это сфера деятельности руководителя и специалистов организации торговли, представляющая собой совокупность принципов, стратегий и методик, с помощью которых возможно создание оптимальной структуры ассортимента, отвечающей