

Шесть объектов расположены в г. Борисове. Анализ хозяйственной деятельности показал, что в исследуемом периоде повысилась эффективность деятельности. Об этом говорят увеличение прибыли от реализации, рост рентабельности.

В мелкорозничных торговых объектах ООО «РэдПринт» товары продаются прогрессивными методами, в большей степени — продажа по образцам — 86,6 % и продажа по предварительным заказам — 3,5 %. Товар выставлен открыто, и покупатель может самостоятельно ознакомиться с ним, оценить его внешний вид, качество и комфортность. Через прилавок продаются строительные материалы, электроинструмент, настенные светильники и др. Эти товары размещены с использованием стеллажей, витрин-прилавков и стендов, что обеспечивает их лучший обзор.

С целью роста продаж и прибыли было предложено расширение мелкорозничной сети организации. Предлагается открытие нового объекта мелкорозничной сети ООО «РэдПринт» в г. Новополоцке в торговом центре «Двина Рынок Базис Новополоцк». Выбор данного местоположения обоснован тем, что рынок находится в густонаселенном жилом районе.

Основными целями развития мелкорозничной торговой сети являются:

- увеличение числа покупателей (в том числе постоянных) и количества приобретаемых ими товаров;
- ускорение оборачиваемости товаров;
- устранение излишних товарных запасов;
- увеличение розничного товарооборота.

К открытию предлагается павильон на рынке, что позволит расширить мелкорозничную сеть ООО «РэдПринт» (будет девять нестационарных торговых объектов). При этом доля павильонов в структуре исследуемой сети организации увеличится до 44,4 %.

В ходе проведенных расчетов было доказано, что открытие нового объекта мелкорозничной сети ООО «РэдПринт» (павильон) в г. Новополоцке позволит получить организации дополнительную прибыль в 2021 г. в размере 104,6 тыс. руб.

O. Ю. Загородная

Одес. нац. акад. пищевых технологий (Украина)
Научный руководитель — Е. Ю. Соколюк, канд. экон. наук

ЗНАЧЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ДОСТАВКИ ТОВАРОВ НА ДОМ В ПОСЕЛКЕ ГОРОДСКОГО ТИПА

На сегодняшний день службы доставки еды очень актуальны. Украинский рынок онлайн-продажи товаров стремительно развива-

ется, в том числе и в продуктовом сегменте. Экономия времени, удобство, надежность, значительная экономия сил, безопасность — это все и является актуальным на сегодняшний день.

Заработать на доставке продуктов на дом невозможно без грамотно организованной рекламной кампании. Чтобы о продуктовом интернет-магазине узнали, необходимо потратиться, а именно:

- лучше разместить по поселку билборды. Если рассуждать о местоположении, то подойдет как близость к офисным зданиям, так и установка в спальном районе;

- привлечь к работе промоутера. Он будет информировать людей с помощью листовок;

- реклама в социальных сетях, таких как Instagram и Facebook. Этот вид рекламы является актуальным в настоящее время потому, что люди, не контактируя друг с другом, узнают о доставке товаров на дом.

Для того чтобы узнало как можно больше людей про доставку товаров на дом, нужна реклама. В табл. 1 рассчитаем затраты на рекламу магазина Taller, который находится в Кировоградской обл., Голованевского р-на, пгт. Побугское, ул. Независимости, 13.

Таблица 1

Расходы на рекламу доставки товаров на дом

Рекламные носители	Количество выходов		Цена, грн	
	в месяц	за квартал	в месяц	за квартал
Билборды	1	3	3000,0	9000,0
Реклама в Facebook	10 показов	30 показов	(1 показ = 133,6 грн) 1336,0	4008,0
Реклама в Instagram	10 показов	30 показов	1336,0	4008,0
Брошюры	1000	3000	2500,0	7500,0
Газета	1	3	50,0	150,0
Всего		8222,0	24 666,0	

Источник: собственная разработка.

Расходы на рекламу доставки товаров на дом составляют за месяц 8222,0 грн, за квартал — 24 666,0 грн. Но все же самая лучшая реклама — это честная и прозрачная работа магазина. Чтобы покупателям было удобно делать заказ, нужно разработать сайт доставки товаров на дом. Компания по разработке сайта Vintage может предоставить такую услугу, а также поддержку и рекламу сайта (табл. 2) [1]. Компания Vintage лидирует среди всех рекламных компаний, а также имеет низкие цены на услуги. Курс доллара по курсу Национального банка Украины на 21.11.2020 г. приведен в [2].

Таблица 2

Затраты на создание Интернет-магазина

Показатель	Цена за 1 месяц, дол./грн	Цена за 2 месяц, дол./грн
Создание интернет-магазина	Разовое использование 167,22 = 4743	
Поддержка сайта	50,45 = 1431,0	30 = 850,8
Реклама сайта	119 = 3374,8	119 = 3374,8
Всего	9548,8 грн	4225,6 грн

Источник: собственная разработка.

Источники

1. Компания по разработке сайта Vintage [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://vintage.com.ua>. — Дата доступа: 21.11.2020.
2. Национальный банк Украины [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://bank.gov.ua>. — Дата доступа: 21.11.2020.

С. Г. Казак
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **Л. С. Климчения**, канд. экон. наук, доцент

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
ТОРГОВЫХ ПЛОЩАДЕЙ И ОБОРУДОВАНИЯ
ОРГАНИЗАЦИЯМИ ТОРГОВЛИ
И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ**

Основные задачи розничных организаций — это максимальное приближение торговой сети к покупателям, обеспечение необходимого ассортимента, объема товарооборота при высокой прибыльности и рентабельности.

Достижение этих целей невозможно без совершенствования использования торговых площадей, без учета новых современных требований.

Планировка магазина считается удачной, если достигнуто равновесие между комфортом при движении покупателей и эффективным использованием пространства торгового зала. Правильно подобранное и расставленное оборудование позволяет расширить предложение товаров, создать больше удобства для обслуживания покупателей, увеличить товарооборот на квадратный метр торговой площади и тем самым добиться более высоких показателей эффективности использования торговых площадей.