

В. С. Шкляева

БГЭУ (Минск)

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

РАЗВИТИЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ В ТОРГОВОЙ СЕТИ ЗАО «ЮНИФУД»

В сети ЗАО «Юнифуд» насчитывается 53 магазина различных типов. Преобладающий — универсам — 50,9 %. В связи с возросшим интересом потребителя к цифровым технологиям и здоровью с начала пандемии COVID-19 в конце 2020 г. компания запустила интернет-доставку. За год товарооборот покупок через интернет-магазин составил 3 % от общего товарооборота сети, и эта цифра постоянно увеличивается.

Для улучшения обслуживания в магазинах формата «у дома» проведена работа по перепланировке и замене оборудования на современное. По итогам работы проходы стали шире, заменены прилавки с традиционным обслуживанием на холодильники самообслуживания, увеличили долю кросс-выкладки. Проведенные мероприятия привели к положительной динамике показателей эффективности: рост товарооборота, сокращение потерь, сокращение складского запаса, увеличение трафика и среднего чека.

Сильной стороной компании является постоянный, всесторонний анализ потребителя и потребительского опыта (с использованием big data). Менеджеры категорий проводят опросы потребителей, анализируют отзывы покупателей из соцсетей и интернет-магазина, а также проводят ABC-анализ. В ассортименте компании представлены фермерские продукты, товары для вегетарианцев, последователей ЗОЖ.

Магазины «Юнифуд» динамично развиваются в соответствии с изменением потребительского спроса, ростом требований к качеству товаров и культуре обслуживания. Компания проводит обновление материально-технической базы, развивает новые формы и методы продажи товаров, внедряет информационные технологии.

М. С. Шматкова, Е. С Горбатова

БГЭУ (Минск)

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

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В 2021 Г. КАК ПАНДЕМИЯ ВЛИЯЕТ НА ОНЛАЙН-РЫНОК РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Пандемия COVID-19 ускорила рост цифрового бизнеса. Однако это позитивное экономическое развитие также привело к печальным