

Ю. В. Мазейка
БГЭУ (Минск)

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

ИССЛЕДОВАНИЕ ДОГОВОРНОЙ РАБОТЫ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ ТОВАРОСНАБЖЕНИЯ МАГАЗИНА «ГРИНМАРКЕТ»

Магазин «ГринМаркет» ЧТУП «ЕДиДА» — одна из современных и успешных торговых организаций Фрунзенского района. Основными группами товаров являются мясные полуфабрикаты, молочные, хлебобулочные и колбасные изделия. Также представлен широкий выбор кондитерской, бакалейной, алкогольной продукции, пива, безалкогольных напитков.

Эффективность функционирования магазина «ГринМаркет» благодаря рационально организованному товароснабжению повысилась в 2020 г. по сравнению с 2019 г., о чем свидетельствует рост основных показателей экономической деятельности: розничного товарооборота на 7,15 %, выручки на одного работника списочной численности магазина на 3,2 %, рентабельности продаж на 0,5 %. Более приемлемым для магазина является получение товаров у непосредственных производителей продуктов питания (транзитная форма товароснабжения), потому что товары поступают напрямую от изготовителя в магазин, минуя оптовое звено. Вследствие этого снижается их стоимость. Такая форма снабжения используется при поставках товаров от СПК Агрокомбинат «Снов», ОАО «Савушкин продукт», КУП «Минскхлебпром», ОАО «Брестский мясокомбинат», ОАО «Ошмянский мясокомбинат» и др. Но она не всегда целесообразна в силу ряда причин (товары могут не производиться в стране либо требовать дополнительных операций по расфасовке и упаковке). Поэтому ЧТУП «ЕДиДА» использует и складскую форму товароснабжения: ОАО «Минбакалеяторг», ТПКУП «Минский хладокомбинат № 2» и др.

Проведенный анализ процесса товароснабжения позволил выявить резервы его совершенствования. Для улучшения процесса товароснабжения автором рекомендуются следующие мероприятия:

1. При заключении договоров необходимо уделять внимание условиям доставки и оплаты товаров, а также четко отслеживать сроки оплаты. Доставка товаров желательна транспортом поставщика и за его счет, а условия оплаты — с отсрочкой платежа. Это позволит значительно снизить расходы, высвободить оборотные средства на другие нужды организаций.

2. Необходимо адаптировать систему отбора поставщика методом рейтинговых оценок. Критерии выбора поставщика могут быть различные: качество товаров, форма расчетов, удаленность, цена, размер партии, время поставки, упаковка и т.д. В первую очередь это касается безалкогольных напитков и пива, бакалейных товаров и кондитерских изделий.

3. Оптимизации процесса товароснабжения магазина путем за-воза товаров по методу «точно в срок», тем самым имея только минимальные запасы по определенным позициям ассортимента.

Таким образом, хорошее взаимодействие с поставщиками может минимизировать стоимость товарно-материальных запасов, свести к минимуму потребность в дальнейшей доработке продукции поставщика, сделать свою организацию более конкурентоспособной и рентабельной.

А. В. Малахова, Е. Д. Карих, М. В. Кравцова

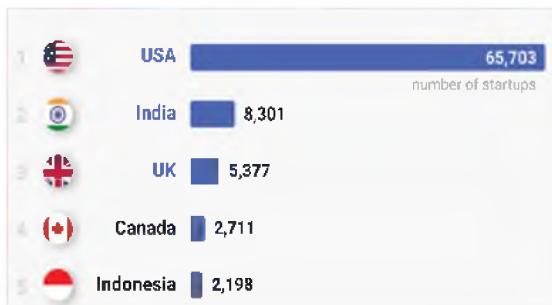
БГЭУ (Минск)

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

ОБОСНОВАНИЕ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ СОЗДАНИЯ И РАЗВИТИЯ СТАРТАПОВ НА ПРИМЕРЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА

Успешное развитие экономики любого государства непосредственно связано с уровнем инновационного развития и выходом на рынок передовых технологий. В этом контексте роль стартапов (малых инновационных организаций) является ключевой. Исследуя мировой опыт создания стартапов, следует отметить, что доминирующая роль принадлежит странам Европы, Азии и США. В списке самых дорогих стартапов мира очень много проектов из США: минимум 376 из 743. В пятерку лидеров входят сразу три американских проекта: Stripe, SpaceX и Instacart [1].

Также Соединенные Штаты с большой долей вероятности лидируют и по количеству стартапов (63 703). Второе место в списке занимает Индия с 8301 стартапом, а третье — Великобритания с 5377 стартапами (см. рисунок) [2].



Топ-5 лидирующих стран по количеству стартапов

Источник: [2].