

Н. К. Герасимович

Научный руководитель

А. П. Гуменников

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ ЛЯХОВИЧСКОГО РАЙПО

В современных условиях большое значение практиками коммерческой деятельности уделяется повышению эффективности. Многие отечественные торговые кооперативные организации испытывают определенные трудности с обеспечением высокой эффективности своей деятельности. Исследуемое Ляховичское районное потребительское общество, имея прибыль от реализации, тем не менее испытывает сильное конкурентное давление со стороны торговых сетей брендов «Усходні» и «Евроопт».

Проведенное исследование выявило слабые стороны коммерческой деятельности райпо: не проводится анализ резервов безубыточности; во многих торговых объектах отсутствует автоматизация учетных операций; замедляется товарооборачиваемость непродовольственных товаров и увеличиваются товарные запасы; не используется опрос как метод сбора информации; наблюдается более узкий ассортимент отдельных видов товаров по сравнению с конкурентами; слабо используется мерчендайзинг для розничной продажи.

Исходя из проведенного анализа деятельности Ляховичского райпо предлагается осуществить следующие мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности в розничной торговле:

- Необходимо рассчитывать точку безубыточности. По проведенным расчетам фактический товарооборот превышает рассчитанную точку безубыточности на 16,6%.

- Для автоматизации расчетных кассовых операций и управления магазинами необходимо внедрять программное обеспечение «СуперМаг Плюс». Данный программный продукт выстраивает систему бизнес-процессов на современном уровне, автоматизирует операции, планирование, учет и контроль товаров.

- Следует проводить ABC-XYZ-анализ, разрабатывать ассортиментные матрицы и модели оптимизации запасов. Это позволит существенно ускорить оборачиваемость проблемной непродовольственной группы товаров.

- Целесообразно использовать опросы покупателей, так как они позволяют получать необходимые данные, которые невозможно получить другим путем.

- Использовать элементы мерчендайзинга для совершенствования розничной продажи.

В ходе исследования был проведен опрос покупателей магазина «Родны кут» № 66 в г. Ляховичи. Покупатели выделили следующие сильные стороны: магазин расположен рядом с жилыми домами, в торговом зале магазина легко передвигаться, удобно рассматривать товар, внутри здания магазина имеется кафе, рядом с магазином расположена аптека, цены на некоторые товары ниже, чем у конкурентов. К слабым сторонам магазина, по мнению покупателей, относятся долгий расчет за покупку, сложности с парковкой, наличие иногда неприятного запаха в магазине, узкий ассортимент по некоторым товарам, плохо читаемые ценники.

По результатам опроса были сделаны выводы о необходимости стимулировать работников магазина с целью улучшения качества обслуживания покупателей, установить современное кассовое оборудование в магазине, что ускорит обслуживание покупателей, углубить ассортимент по отдельным категориям, чаще проводить акции, предоставлять скидки на товар, в перспективе использовать поощрительные призы покупателям за большое количество покупок.

Внедрение всего комплекса рекомендаций позволит райпо увеличить розничный товарооборот, лояльность покупателей и повысить конкурентоспособность.