

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
УО «Белорусский государственный экономический университет»

**МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ  
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ  
РЕГИОНОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА К РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Материалы научно-практической конференции

Пинск, 21–22 февраля 2006 года

Минск 2006

УДК 332.02.2(476)

ББК 65.9(4Бе)

M55

Редакционная коллегия:

кандидат экономических наук, доцент *Л.Ф. Киндрук*

кандидат экономических наук, доцент *В.С. Филипенко*

кандидат экономических наук, доцент *В.М. Мальцевич*

кандидат экономических наук, доцент *С.В. Слошнов*

кандидат сельскохозяйственных наук *Т.Б. Рошка*

кандидат физико-математических наук, доцент *В.В. Митянок*

кандидат педагогических наук, доцент *Г.Ф. Вечорко*

Утверждено Редакционно-издательским советом университета

M55 **Механизм формирования социально-экономического развития регионов Республики Беларусь в условиях перехода к рыночной экономике** [Текст]: материалы науч.-практ. конф. (Пинск, 21–22 февр. 2006 г.). – Мин.: БГЭУ, 2006. – 145 с.

ISBN 985-484-339-4.

УДК 332.012.2(476)

ББК 65.9(4Бе)

ISBN 985-484-339-4

© УО «Белорусский государственный  
экономический университет», 2006

## **РЕФОРМИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ НА ОСНОВЕ ПРИМЕНЕНИЯ ПРИНЦИПОВ МЕРЧАНДАЙЗИНГА**

*И.А. Кузнецова*

*Филиал УО «Белорусский государственный  
экономический университет» в г. Пинске*

Торговля является одной из основных отраслей народного хозяйства, так как в торговой сфере, в конечном счете, осуществляется реализация товаров, обеспечивается возобновление процесса воспроизводства, изучаются и формируются потребности (спрос) населения. Проблема реализации товаров на современном этапе является одной из наиболее важных для экономического развития Республики Беларусь, в связи с чем большое значение имеет определение основного пути ее дальнейшего развития, качественного улучшения с целью более полного удовлетворения спроса населения и повышения культуры торгового обслуживания.

Розничная торговая сеть в нашей республике развивается на основе нормативов потребности, установленных на 1 тыс. жителей. Специфические же потребности покупателей (демографические, социальные, половозрастные и т.д.) практически не учитываются, что явилось результатом недостаточной гибкости отечественной торговой сети при переходе к рыночным отношениям. В условиях развития рыночных отношений численность предприятий розничной торговой сети определяется прежде всего потребностями населения, а совершенствование торгового обслуживания населения и повышение экономической эффективности работы торговых предприятий в значительной степени зависит от правильного формирования ассортимента товара в магазинах и изучения спроса потребителей.

На процесс формирования ассортимента товаров существенное влияние оказывают социальные, экономические, природно-климатические, демографические, национально-бытовые, исторические и другие факторы, а также мода. Большое влияние на формирование ассортимента товаров отдельных магазинов имеет профиль магазина, его тип и размер, район деятельности, уровень специализации, метод обслуживания населения, характер и объем покупательского спроса, численность и состав обслуживаемого населения, транспортные связи между населенными пунктами, наличие других магазинов в зоне деятельности торгового предприятия.

Различают следующие виды покупательского спроса: устойчивый, альтернативный, импульсный.

Устойчивый, или твердо сформулированный, спрос, предъявляется на определенный товар и не допускает его замены каким-либо другим, даже однородным товаром. Альтернативный (неустойчивый) спрос формируется окончательно в магазине в процессе непосредственного ознакомления покупателей с товаром и его особенностями. Импульсный спрос возникает непосредственно в торговом предприятии под воздействием рекламы, выкладки товаров, предложений продавца.

Известно, что для того чтобы товар пользовался спросом, его необходимо правильно разместить в торговом зале, что крайне редко используется нашими предприятиями розничной торговли. Существует стандарт по определению местоположения продуктовых подгрупп в торговом зале, в соответствии с которым определяется местоположение товарных групп (табл.).

#### Соответствие роли подгрупп и зон в магазине

Роль подгруппы	Зона в магазине
Целевые	Конец зала, по ходу основного потока покупателей
Необходимые	Периметр зала и центральная область зала, по ходу основного потока покупателей
Импульсные	Вход в зал и предкассовая зона, рядом с дополняемыми подгруппами
Удобство	В центре зала, в «мертвых точках» и углах

Обследование универсальных магазинов г. Пинска позволило сделать вывод, что в большинстве из них не соблюдены основные требования оформления

торгового зала, то есть принципов мерчандайзинга. Хотя при правильном их применении можно было бы получить повышение товарооборота и операционной прибыли, не изменяя общую экспозиционную площадь. Организация мероприятий мерчандайзинга позволила бы определить значимость для покупателей отдельных составляющих торговой услуги, степень удовлетворенности ими, а также определиться с мероприятиями, которые помогут скорректировать деятельность и наиболее эффективно удовлетворить потребительский спрос. Думается, что основная причина слабого использования принципов и методов мерчандайзинга отечественными торговыми предприятиями обусловлена отсутствием методологической базы, недостатком специалистов в этой области, а также медленным внедрением современных методов организации розничной торговли.

Подытоживая сказанное, следует отметить, что для реализации принципов мерчандайзинга необходимыми условиями успешного достижения запланированных результатов являются, во-первых, активное взаимодействие производителя, оптового дистрибутора и розничного продавца; во-вторых, создание и внедрение комплексной программы мерчандайзинга; в-третьих, ориентация на потребности покупателя; и, в-четвертых, профессионализм торговых представителей и мерчандайзеров.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Пленарное заседание .....</b>	<b>3</b>
<i>Вечорко Г.Ф. Образовательные проекты Республики Беларусь: цели и задачи воспитания .....</i>	<i>3</i>
<i>Крюков В.М. Посылки генезиса ориентационных механизмов социокультурного развития .....</i>	<i>4</i>
<i>Ливенский В.М. Механизм прогрессивного развития сельскохозяйственного производства в пострадавших от аварии на ЧАЭС районах .....</i>	<i>7</i>
<i>Мальцевич В.М., Мальцевич Н.В. Применение корреляционных моделей при оценке эффективности использования ресурсов сельскохозяйственных предприятий .....</i>	<i>9</i>
<i>Филипенко В.С. Региональный аспект социально-экономического развития Республики Беларусь .....</i>	<i>12</i>
<i>Янюк Э. Возможности органов местного самоуправления по формированию инвестиционной привлекательности Беларуси .....</i>	<i>14</i>
<b>Секция 1. Государственное регулирование социально-экономического развития Республики Беларусь .....</b>	<b>16</b>
<i>Горбацкий С.И. Проблемы инвестиционного кредитования в Республике Беларусь и их решение .....</i>	<i>16</i>
<i>Ефремова С.В. Рециклинг как эффективная стратегия управления отходами ..</i>	<i>17</i>
<i>Йокша Д.М. перспективы, проблемы становления и развития налогового учета в Республике Беларусь на современном этапе .....</i>	<i>18</i>
<i>Козаченко Л.Д. Проблемы управления предприятием в условиях инфляции .....</i>	<i>20</i>
<i>Паршиутич О.А. Направления региональной инвестиционной политики .....</i>	<i>21</i>
<i>Печень В.С. Внешнеторговая деятельность Республики Беларусь и ее перспективы .....</i>	<i>22</i>
<i>Познякевич В.Н. Некоторые аспекты формирования учетной политики .....</i>	<i>24</i>
<i>Семиренко Е.П. Льготное кредитование жилищного строительства и его эффективность .....</i>	<i>26</i>
<i>Семиренко Е.П., Дорох Ю.В. Привлечение иностранных кредитных линий для финансирования инвестиционных проектов .....</i>	<i>28</i>
<i>Сергеюк В.С. Россия и Беларусь: значение и перспективы социально-экономической интеграции .....</i>	<i>31</i>
<i>Фетисова Т.В. Особенности организации финансовых отношений в жилищном хозяйстве Республики Беларусь .....</i>	<i>32</i>

<b>Секция 2. Социально-экономическое развитие и стабилизация регионов Республики Беларусь.....</b>	<b>34</b>
<i>Вертай С.П.</i> Организационная культура как инструмент внутренней интеграции и внешней адаптации предприятий .....	34
<i>Володько О.В., Михолап М.Н.</i> Стратегия социально-экономического развития Полесского региона .....	36
<i>Давыдова Н.Л.</i> Формирование процентных ставок по банковским депозитам ....	38
<i>Давыдова Н.Л., Сплошнов С.В.</i> Мультиликатор собственного капитала банка как фактор эффективности .....	40
<i>Денисевич М.Н.</i> Заработка плата и ее динамика на предприятиях Белорусского Полесья .....	42
<i>Залога Т.П.</i> Тенденции в распределении доходов .....	44
<i>Зборина И.М.</i> Совершенствование методов оценки уровня качества продукции .....	45
<i>Зглой Т.В.</i> Эффективное использование трудовых ресурсов .....	47
<i>Киндрук Л.Ф., Зглой Т.В.</i> Влияние изменения производительности труда на результат производственно-хозяйственной деятельности предприятия.....	49
<i>Кисель И.А.</i> Оценка налоговой нагрузки на предприятие в системе налогового менеджмента .....	50
<i>Кисель И.В.</i> Оценка кредитоспособности заемщиков .....	52
<i>Клещева С.А.</i> Анализ конкурентных преимуществ Брестской области .....	54
<i>Кондратьевна Е.А.</i> Амортизационные фонды воспроизводства: назначение и перспективы развития .....	56
<i>Кузнецова И.А.</i> Реформирование деятельности предприятий розничной торговли на основе применения принципов мерчандайзинга .....	57
<i>Кузьменок З.И.</i> Значение малого предпринимательства в развитии регионов ....	59
<i>Купрейчик Д.В.</i> Оценка эффективности функционирования капитала с использованием денежных потоков .....	61
<i>Мисюта А.В.</i> Оценка выбора медиасредств мебели .....	63
<i>Сплошнов С.В.</i> Развитие методов оценки рентабельности банка .....	65
<i>Филипенко В.С., Околович Т.М.</i> Определение эффективности производства с использованием рыночных категорий .....	67
<i>Якимченко С.Л.</i> Критерии эффективности управления корпоративной собственностью .....	70