

### СЕКЦИЯ 3

## КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА ВНУТРЕННЕМ И ВНЕШНЕМ РЫНКАХ

**Ю. С. Аврейцевич**  
БГЭУ (Минск)

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

### ОРГАНИЗАЦИЯ РАСЧЕТНЫХ ОПЕРАЦИЙ В МАГАЗИНЕ ТОВАРОВ ДЛЯ ДЕТЕЙ

Актуальность исследования заключается в том, что одним из важных факторов существенного ускорения процесса реализации товаров и обслуживания покупателей является автоматизация контрольно-кассовых операций на основе современных высокопроизводительных электронных кассовых аппаратов.

Расчетные операции с покупателями играют важную роль в торгово-технологическом процессе магазина. От правильной их организации зависят затраты покупателями времени на приобретение товаров. Одним из вариантов оптимизации стали POS-системы.

POS-системы — это аппаратные комплексы для автоматизации работы кассиров на базе фискальных регистраторов. Обычно в их состав входят системный блок ПК, фискальный регистратор, монитор кассира, денежный ящик, программная клавиатура, картридер и дисплей покупателя.

В исследуемом магазине «Буслик» самый продаваемый товар — детское питание. Его покупают много (в одном чеке иногда бывает 20–50 ед. детского питания в различной упаковке). Бывает, что в очереди стоит несколько покупателей с тележками с детским питанием, а позади них — покупатель с одной упаковкой подгузников. Ради того, чтобы приобрести одну упаковку подгузников, покупателю приходится ждать 10–15 мин., что вызывает недовольство и желание оставить покупку и уйти. Для этого целесообразно установить одну экспресс-кассу. Это позволит покупателям с одной-тремя покупками не терять время в очереди.

По результатам исследования рекомендовано провести полную компьютеризацию всех этапов товародвижения в магазине, что позволит не только ускорить его, но и повысит надежность контроля процесса товародвижения.

При планировке торгового помещения в первую очередь необходимо уделять внимание узлам расчета, ведь это оказывает большое влияние на прибыль магазина (может как увеличить ее, так и снизить). Очень важно выбрать именно ту модель кассового бокса, пара-

метры которой обеспечат качественное обслуживание даже возросшего числа покупателей.

Поскольку в исследуемом магазине товаров для детей ограниченная прикассовая зона, то лучше всего было бы установить парные кассовые боксы. Их главное преимущество в том, что в одном и том же пространстве таких кассовых боксов всегда можно установить больше, чем одинарных, обеспечив тем самым большее количество рабочих мест, а следовательно, повысив скорость обслуживания покупателей за счет сокращения времени на ожидание расчетных операций.

Таким образом, контрольно-кассовый узел магазина — именно то место, где проверяется качество обслуживания и фактически формируется «лицо» магазина, поэтому вопрос организации расчетной зоны магазина очень важен.

**В. А. Алексеенко**

*БГЭУ (Минск)*

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

## **ОШИБКИ ВЕДЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА И ИХ РЕГУЛИРОВАНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Активно набирает обороты в своем развитии электронная торговля. Количество интернет-магазинов (ИМ) и денежный объем совершаемых в них покупок ежегодно увеличиваются. На 1 июля 2020 г. в Торговом реестре зарегистрировано порядка 24 тыс. ИМ (прирост к началу года 6,8 %, или 1528 ед.).

Увеличение объема продаж посредством ИМ объяснимо преимуществами электронной торговли: минимализм торговых площадей, снижение необходимости большого штата сотрудников, развернутая информация о товарах и др. При осуществлении продажи товаров через ИМ продавец часто осуществляет доставку покупателям, что дает нагрузку на работу ИМ, однако является выигранным решением для успешной реализации товаров.

Основное препятствие, с которым сталкиваются продавцы, которые хотят реализовать товар посредством ИМ, — регистрация в Торговом реестре. В соответствии с п. 3 ст. 19 Закона Республики Беларусь от 08.01.2014 г. № 128-З «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» субъект торговли вправе осуществлять розничную торговлю с использованием сети Интернет только через ИМ, зарегистрированные в Торговом реестре [1].

При ведении электронной торговли через ИМ наиболее типичные ошибки продавцов:

- отказ от продажи товаров по цене, которая ранее была указана на сайте ИМ. Если потребитель заказал на сайте товар по указанной