

Были определены средние затраты времени покупателей на ожидание обслуживания. В среднем покупатель ожидает получение консультации 2,5 мин, расчет ожидает, стоя в очереди, в среднем 2,5 мин, что достаточно небольшое время ожидания, в кулинарии ожидает получение товара 3,5 мин. Коэффициент затрат времени покупателей на ожидание обслуживания в Торговом доме «Палессе» составил 0,87, т.е. можно сделать вывод, что они близки к оптимальным. Для оценки уровня культуры обслуживания покупателей Торгового дома «Палессе» было проведено анкетирование, которое позволило сделать вывод, что качество обслуживания в Торговом доме «Палессе» удовлетворительное, так как 90 % клиентов довольны качеством обслуживания. При опросе посетителей универсама «Палессе» большинство опрошенных указали на недостаточный уровень внутренней и внешней рекламы.

В итоге проведенного исследования даны следующие рекомендации по совершенствованию продажи в Торговом доме «Палессе»: увеличить установочную площадь магазина, а именно на площади 69,8 м² следует установить дополнительное оборудование: установить кассы самообслуживания; повысить уровень внутренней и внешней рекламы; осуществить проведение дегустаций с целью рекламы новых продуктов питания.

В. В. Акульшина, Д. С. Балбуцкая, Е. А. Ионова
СПбГЭУ (Санкт-Петербург)
Научный руководитель — *Е. В. Чернорез*

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ФОРМАТА ГИПЕРМАРКЕТОВ В УСЛОВИЯХ ТРЕНДА НА ЦИФРОВИЗАЦИЮ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

В нашей статье мы рассмотрели состояние современных российских гипермаркетов в условиях современных проблем и новшеств. Также был рассмотрен вопрос о том, нужны ли гипермаркеты в современных реалиях, какие форматы магазинов их заменили. Объектом исследования выступил анализ состояния формата «гипермаркет» в условиях тренда на цифровизацию розничной торговли, предметом исследования выступили российские гипермаркеты.

Тренд на цифровизацию непосредственно влияет на состояние розничной торговли, можно выделить две основные тенденции: активное использование новейших технологий и анализ потребителей.

Внедрение в гипермаркеты современных технологий: 1) системы самостоятельного сканирования товаров в «Ленте» и «О'кей»; 2) системы цифрового сомелье в «О'кей»; 3) видеораспознавания товаров в «Ленте»; 4) распознавания продукта на весах по внешнему виду

в «Ленте»; 5) сотрудничества «Ашана» и «СберМаркета»; 6) видеораспознавания количества посетителей и работников в «Ленте»; 7) технологии информационного моделирования BIM; 8) на кассах самообслуживания можно оплатить при помощи взгляда; 9) встроенного телематического модуля Jungheinrich на складе.

Выявлены более популярные форматы магазинов — магазины у дома и супермаркеты. В настоящее время на них направлен основной поток денежных средств введения новейших технологий.

Таким образом, несмотря на использование цифровых технологий в гипермаркетах, все равно происходит отток покупателей в магазины других форматов.

А. А. Анищенко
БГЭУ (Минск)

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

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКСПОРТА УСЛУГ ГРУЗОВОГО АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В мировой экономике перевозкам грузов отведена особая роль, от их реализации зависит эффективность, качество и развитие внешнеэкономических связей любой страны. Международные перевозки грузов являются одним из наиболее динамично развивающихся видов внешнеэкономических операций купли-продажи услуг в Республике Беларусь. Перевозки грузов являются связующим звеном экономики страны, которое охватывает все виды общественного производства, распределения и обмена.

По итогам 2020 г. доля транспортной отрасли в ВВП республики составила 5,1 %. За 2020 г. экспорт транспортных услуг составил 3,7 млрд дол. США. За первое полугодие 2021 г. экспорт транспортных услуг вырос на 19 % в сравнении с аналогичным периодом прошлого года и превысил 2 млрд дол. США. Сейчас почти половину (44,5 %) из всего экспорта услуг составляют транспортные услуги. Автомобильные перевозки преобладают в экспорте транспортных услуг. Так, за январь — июнь 2021 г. экспорт услуг грузового автомобильного транспорта вырос на 26,7 % к уровню предыдущего года и составил порядка 800 млн дол. США. Ежегодно белорусские международные автоперевозчики грузов выполняют более 1 млн перевозок. На сегодня соглашения о международном автомобильном сообщении подписаны с 46 странами. Несмотря на это, можно выделить ряд факторов, сдерживающих экспорт белорусских транспортных услуг. К ним можно отнести: высокие технические и технологические требования, действующие в ряде стран, в первую очередь в ЕС; различия в норма-