

**Д. А. Полторжицкая**

Научный руководитель

**С. П. Гурская**

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

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Торговля является важнейшей составляющей национальной экономики Республики Беларусь. В настоящее время торговля представляет собой динамично развивающуюся отрасль нашей страны. Значимость ее для экономики республики подтверждается растущей долей в валовом внутреннем продукте: с 3,4% в 1990 г. до 10,3% в 2007 г. и до 12,3% в I квартале 2015 г. На сегодняшний день в сфере торговли занято свыше 700 тыс. чел., или почти 15% трудоспособного населения.

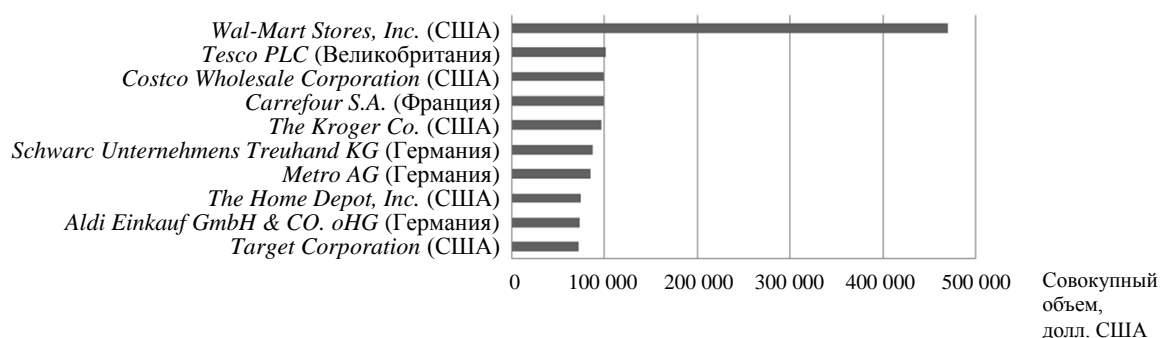
По мнению экспертов, будущее розничной торговли заключается не в экономии, упрощении товара, максимальном удовлетворении потребностей покупателя, а в удобстве процесса покупки, увеличении результативности, формировании бизнеса и привлечении покупателей. Для осуществления вышеуказанных направлений необходимо внедрение инноваций и IT-технологий.

Одной из знаковых инноваций в сфере торговли является формирование торговых сетей, представляющее собой процесс объединения и интеграции торговли и капитала компаний.

Согласно результатам исследований компаний Deloitte Touche Tohmatsu Limited и STORES Media мировой объем совокупной выручки 250 крупных компаний, работающих в сфере розничной торговли, за финансовый год (с июня 2012 г. по июнь 2013 г.) составил 4,3 трлн долл. США<sup>1</sup>. Одним из важных факторов, повлиявших на совокупную выручку, оказался рост объемов продаж активов. Согласно данным отчета 199 компаний из 250 увеличили объем выручки от розничных продаж. Однако средний показатель увеличения объема за отчетный период составил 4,2%, что на 0,7% меньше по сравнению с предыдущим финансовым годом.

Согласно рисунку, рейтинг первых 10 крупнейших компаний по объему выручки за счет розничных продаж возглавляет розничная сеть *Wal-Mart Stores* с отрывом в 4,6 раза от ближайшего конкурента *Tesco PLC*.

Совокупный объем выручки от розничных продаж ведущих мировых компаний  
за 2012 финансовый год<sup>2</sup>



В Европе сетевая торговля контролирует 70–75% розничного товарооборота. В целом просматривается тенденция развития розничной торговли по европейской схеме, т. е. укрупнению розничных торговых сетей.

<sup>1</sup> Орлова В. Н. Актуальные тенденции на рынке розничных продаж // Современная торговля: теория, практика и перспективы развития : материалы III международной инновационно-практической конференции. – М. : Моск. гуманитар. ун-т, 2014. – Ч. 1. – С. 131–135.

<sup>2</sup> Там же.

Торговые сети, имеющие более 10 магазинов, в мировой торговой практике называют торговыми цепями. В сегменте продовольственной сети на потребительском рынке Республики Беларусь конкурирует более 30 торговых сетей («Корона», «Гиппо», «Соседи», «Евроопт», «Виталюр», «Алми», «Златка», «БелМаркет» и др.), которые в целом занимают около 20% рынка розничной торговли страны. Крупнейшие из них указаны в таблице.

Отличительными особенностями сетевой организации торговли являются:

- общий управленческий центр (управляющая компания как своеобразный «мозговой центр», распределительный центр, магазины, распределительные склады);
- единая корпоративная (маркетинговая) стратегия, которая описывает, систематизирует и анализирует общее направление деятельности организаций, развитие их производственно-бытовой деятельности, сбалансированность портфеля товаров и услуг;
- централизация закупочной деятельности (общее управление поставщиками товаров и материалов)<sup>3</sup>.

#### Характеристика крупнейших розничных торговых сетей Республики Беларусь на 1 января 2015 г.

Название торговой компании	Бренд	Количество магазинов, единиц	Формат	Регион размещения
ООО «Евроторг»	«Евроопт»	300	Гипермаркет, супермаркет, «магазин у дома», дискаунтер	Минск, областные центры, 62 города
ООО «Табак-Инвест»	«Корона»	9	Гипермаркет	Минск, Брест, Бобруйск, Витебск
ЗАО «Юнифуд»	«Алми»	51	Гастроном, универсам, супермаркет, гипермаркет, «магазин у дома»	Минск, областные центры, 14 городов
ИП «БелВиллесден»	«Гиппо»	12	Гипермаркет, супермаркет	Минск, Могилев, Гомель, Гродно
ИООО «Март Инн Фуд»	«MART INN»	29	Супермаркет	Минск, областные центры, 14 городов
ЗАО «Патио»	«5 элемент»	40	Специализированный магазин бытовой техники	Минск, областные центры, 21 город

В комплексе все эти отличительные особенности предопределяют экономический успех сетевых организаций. Торговые сети обладают экономической эффективностью крупного бизнеса и получают большие возможности ценового давления на поставщиков, что позволяет им закупать товары по более низким ценам и иметь конкурентные преимущества. Централизация управления всей коммерческой деятельностью и наем более квалифицированных специалистов позволяет избежать многих недостатков, характерных для средних и мелких организаций. С увеличением масштаба торгового бизнеса происходит снижение уровня издержек обращения, экономия на издержках по рекламе и стимулированию сбыта. Все эти факторы способствуют повышению конкурентоспособности крупных торговых сетей и вытеснению мелкого и среднего бизнеса за счет ценовой конкуренции.

Наряду с традиционными формами торговли в последнее время растет количество компаний, занимающихся онлайн-торговлей. В Республике Беларусь электронная торговля рассматривается как путь к созданию цивилизованного, прозрачного, высокоорганизованного рынка продукции, услуг и технологий. Доля выручки от розничной электронной торговли в 2012 финансовом году для ведущих 250 компаний составила 7,7% от общего объема выручки. По данным Всемирного банка, белорусский рынок информационных и коммуникационных технологий входит в число крупных рынков Восточной Европы.

С принятием постановления правительством «О некоторых вопросах организации работы по возврату налога на добавленную стоимость в случае вывоза товаров за пределы таможенной территории Таможенного союза» от 8 января 2013 г. № 13 Республика Беларусь стала первой среди стран СНГ, где заработала система Tax Free. Основной целью данного нововведения является стимулирование розничных продаж товаров широкого потребления за счет иностранных туристов.

<sup>3</sup> Чеглов В. П. Экономика и организация управления розничными торговыми сетями : учеб. пособие. – М. : ИНФРА-М, 2014. – 287 с.

В целом для рынка розничной торговли Республики Беларусь на данном этапе развития характерны следующие особенности:

- разрастание отечественных торговых сетей и консолидация отрасли, в том числе активное строительство новых торговых площадей и новых объектов (особенно крупных объектов формата «гипермаркет» и «супермаркет»);

- активное продвижение сетей в регионы, что подразумевает открытие региональных представительств (в городах с населением от 100 тыс. чел. и достаточно высоким уровнем доходов);

- привлечение иностранных экспертов при отсутствии знаний и практических навыков в организации сетевой торговли (руководители сетей «Евроопт», «Соседи» привлекли топ-менеджеров из Литвы, «Белмаркет» – из Голландии).

В настоящее время торговые инновации в Республике Беларусь находятся на невысоком уровне, что объясняется неразвитостью конкурентных отношений в белорусской экономике. Крупные торговые организации имеют ресурсы инновационного развития, повышения инновационной активности, но не имеют стимулирующего конкурентного фактора развития, в то время как малые и средние организации существуют в конкурентной среде, но не имеют достаточных ресурсов. Подобная ситуация существенно сдерживает рост инновационной активности хозяйствующих субъектов торговли Республики Беларусь.