

**Ю. М. Белаиш**  
*Научный руководитель*  
**В. Н. Раздерищенко**  
*Белорусский торгово-экономический*  
*университет потребительской кооперации*  
*г. Гомель, Республика Беларусь*

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ**

Розничная торговая сеть – это совокупность размещенных на определенной территории розничных торговых объектов. Розничная торговая сеть призвана обеспечивать возможность покупателям совершать покупки товаров и получать услуги максимально удобно и быстро. Это достигается за счет предоставления широкого выбора из ассортимента представленных в розничной торговой сети товаров, а также близости расположения торговых точек, входящих в розничную торговую сеть, к месту работы или проживания потребителей.

До 2013 г. норматив обеспеченности торговой площадью на 1 000 жителей составлял 320 м<sup>2</sup>. Как показал проведенный анализ в Октябрьском райпо Гомельского облпотребсоюза, в 2011 г. обеспеченность торговой площадью из расчета на 1 000 жителей составляла в целом 409 м<sup>2</sup>, в том числе в городской местности – 434 м<sup>2</sup>, сельской местности – 344 м<sup>2</sup>.

В 2012 г. в целом по райпо Октябрьского района на 1 000 жителей приходилось 420 м<sup>2</sup> торговой площади, в том числе в городской местности – 440 м<sup>2</sup>, сельской местности – 361 м<sup>2</sup>. Таким образом, можно отметить, что в райпо сложились благоприятные тенденции в обеспеченности торговой площадью населения Октябрьского района.

Однако в соответствии с Программой социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 гг., начиная с 2013 г., обеспеченность торговыми площадями планируется довести до 600 м<sup>2</sup> на 1 000 жителей.

Следовательно, на развитие розничной торговой сети достаточно сильное воздействие оказывает влияние внешней среды функционирования организации. Изменение численности обслуживаемого населения не зависит от усилий персонала райпо. Сокращение торговой площади было обусловлено закрытием магазина, расположенного в деревне Протасы. Данное мероприятие было вполне оправданным, так как в 2011 г. на 1 м<sup>2</sup> торговой площади приходилось 294 млн р. товарооборота. Для сравнения товарооборот на 1 м<sup>2</sup> торговой площади в этом же периоде составлял в целом по райпо 8 864 млрд р., в том числе в сельской местности 8 202 млрд р., а в городской местности – 8 803 млрд р.

В этих условиях в целях повышения эффективности хозяйственно-финансовой деятельности райпо и повышения качества торгового обслуживания более целесообразным является развитие автомагазинов. В райпо имеется в наличии 1 автомагазин «Варава». Темп прироста товарооборота этого магазина в 2012 г. по отношению к 2011 г. составил 4% (245,3 : 235,3 · 100 – 100). Нарращивание объемов деятельности за счет развития передвижной торговли, в том числе посредством оптимизации графика завоза товаров, оптимизации и расширения ассортимента реализуемых товаров позволит повысить качество торгового обслуживания и положительно отразится на использовании оставшейся розничной торговой сети, так как обеспечит сокращение расходов, связанных с содержанием торговых объектов. Переоборудование неэффективно используемых торговых объектов в центры агротуризма может принести райпо дополнительные доходы, что обеспечит повышение его конкурентоспособности в условиях инновационного развития рынка.