

Коробкин А. З.

к.э.н., доцент

УО “Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации”,
Республика Беларусь

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ КООПЕРАТИВНОЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В соответствии с Концепцией развития потребительской кооперации на 2016-2020 годы [1,с.6] стратегическими направлениями развития кооперативной торговли до 2020 года являются:

- проведение обоснованной оптимизации торговой сети в малых населенных пунктах сельской местности с численностью жителей менее 100 человек, организация их обслуживания современными автомагазинами не менее 3-х раз в неделю (Справочно: По состоянию на 1.01 2015 г. Белкоопсоюз располагает 9109 магазинами общей торговой площадью 952,2 тыс.кв.м., в том числе в малых населенных пунктах сельской местности с численностью жителей менее 50 человек — более 300 магазинов общей торговой площадью 17,5 тыс. кв. м.);

- насыщение потребительского рынка товарными ресурсами преимущественно отечественных производителей, качественное улучшение структуры товарооборота за счет увеличения доли продаж непродовольственных товаров. В структуре продаж продовольственных товаров планируется сокращение удельного веса алкогольных напитков и увеличение объемов продаж овощей, фруктов, рыбных продуктов, экологически чистой сельскохозяйственной продукции, что будет способствовать обеспечению высокого уровня жизни населения;

- автоматизация торгово-технологических процессов на основе построения единой информационной системы с поэтапной интеграцией в нее всей товаропроводящей сети (внедрение системы SAP автоматизации операций складского хранения с подключением удаленных складов, которая позволит выстроить максимальную организацию процессов учета, контроля и управления складским хозяйством);

- формирование единого центра закупок и продаж на основе оптово-логистического центра, включающего региональные распределительные центры (склады) на базе действующих оптовых баз, поэтапная интеграция районных торгово-распределительных складов;

- стандартизация бизнес-процессов в торговле на всех уровнях продвижения товаров (закуп товаров, формирование и подача заявки, правила выкладки товаров, стандарты работы персонала и др.);

- брендирование торговой сети, в том числе за счет расширения сети торговых объектов “Родны кут”, разработки программы брендирования сети по реализации непродовольственных товаров, создание узкоспециализированных сетей (квзисетей);

- расширение сети специфических социально-ориентированных торговых форматов. В рамках формирования многоформатной торговой инфраструктуры будет продолжена

работа по созданию и развитию торговых объектов специфических сегментов розничной торговли, имеющих ярко выраженное социальное значение - “Мясная лавка”, “Горячий хлеб”, “Дары природы”, “Кооператор” и др.;

- организация работы современных рынков. С одной стороны это объекты, где будет представлен широчайший ассортимент продукции, в том числе собственного производства, с другой стороны – это традиционное место реализации социокультурных потребностей населения, возможность легально торговать всем желающим за адекватную арендную плату при соблюдении санитарных норм, прав потребителей;

- популяризация ярмарочной торговли. Ярмарки как торговое мероприятие – простейшая и важная инфраструктура для роста объемов продаж. Ярмарки позволяют быстро вовлечь в торговлю товары и продукты, производимые организациями кооперативной промышленности, дать толчок к увеличению их производства, а потребителю на регулярной основе получать свежую востребованную продукцию;

- разработка программ лояльности потребителей, введение единой карты пайщика, действующей на всей территории страны и предоставляющей право на получение скидки во всех компьютеризированных объектах потребительской кооперации;

- внедрение категорийного менеджмента в управлении товарными ресурсами, как системный подход в управлении товарными категориями (объединенными товарными группами) от его закупки, продвижения и до реализации;

- расширение ассортимента и увеличение количества товаров, реализуемых под собственной маркой.

Реализация этих направлений, по нашему мнению, стабилизирует состояние кооперативной торговли Республики Беларусь и создаст основу для ее эффективного функционирования в перспективе.

Список использованных источников

1. Концепция развития потребительской кооперации на 2016-2020 годы: утв. постановлением Правления Белкоопсоюза от 29 февр. 2016, № 47. – Минск: Белкоопсоюз, 2016.