

Н.Л. Каунова, И.Б. Юркова, Н.А. Савостенко
*УО «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации»,
г. Гомель*

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Розничная торговля, благодаря своим масштабам и влиянию на уровень жизни населения, играет важнейшую роль в экономике страны. В последние годы она претерпела значительные структурные изменения. В структуре ВВП Республики Беларусь на долю розничной торговли приходится около 20 %. Сфера розничной торговли является одной из самых динамичных сфер белорусской экономики.

В таблице, ниже, представлены отдельные показатели деятельности розничной торговли за последние три года.

**Показатели деятельности розничной торговли Республики
Беларусь за 2009–2011 гг. [2]**

Показатели	2009г.	2010г.	2011г.
1. Товарооборот розничной торговли (в процентах к предыдущему году, в сопоставимых ценах)	103,5	115,7	109,2
2. Структура розничного товарооборота, всего в процентах, в том числе по формам собственности:	100	100	100
государственная	14,5	12,4	11,4
частная	81,9	82,6	83,0
иностранная	3,6	5,0	5,6
3. Число объектов розничной торговли, тыс. единиц	43,4	45,7	47,1
4. Торговая площадь магазинов, тыс. кв. м	3496	3705	3941
5. Структура розничного товарооборота, всего в процентах, в том числе:	100	100	100
– продовольственные товары	51,1	49,9	46,6
– непродовольственные товары	48,9	50,1	53,4

Приведенные цифровые данные свидетельствуют о том, что наблюдается темп роста розничного товарооборота в сопоставимых ценах. В 2011 г. по сравнению с 2010 г. темп роста составил 109,2 %. Количество объектов за три анализируемых года возросло на 3,7 тыс. единиц, а их торговая площадь увеличилась на 445 тыс. кв. метров. В структуре розничного товарооборота товарооборот частной формы собственности составляет более 83 %.

В соответствии со сложившейся ситуацией на розничном рынке Республики Беларусь разработана и принята «Концепция реализации государственной политики в сфере внутренней торговли и общественного питания на 2011–2015 годы». В соответствии с данной концепцией предусмотрена реализация следующих мероприятий:

- укрупнение размеров магазинов за счет строительства и открытия гипер- и супермаркетов, формирование крупных розничных торговых структур, работающих по технологии торговых сетей;
- размещение в жилых кварталах городов магазинов шаговой доступности;
- в зонах размещения торговых объектов приоритетное выделение земельных участков для организации достаточного количества парковочных мест;
- создание в крупных городах торгово-развлекательных комплексов, включающих, кроме магазинов, ресторанов и кафе, также и объектов службы быта,

проката, проведения досуга, кинотеатров, отелей, спортивных, культурных и других объектов.

В соответствии с названной концепцией получит дальнейшее развитие сетевой принцип организации торговли. В связи с этим будут привлекаться крупные компании, занимающиеся созданием и эксплуатацией торговых сетей. Предполагается появление и развитие международных розничных сетей. Для развития отечественных торговых сетей будут привлекаться субъекты малого и среднего предпринимательства, получившие право использования товарного знака либо фирменного наименования субъекта торговли, организовавшего торговую сеть, в том числе на условиях договора комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга).

Особое внимание будет уделяться развитию фирменной торговли. Ее развитие будет осуществляться по следующим основным направлениям:

- создание магазинов, представляющих ассортимент нескольких производителей товаров определенной номенклатуры либо сопутствующих товаров;
- открытие торговых сетей магазинов по продаже товаров известных брендов Республики Беларусь («Коммунарка», «Спартак», «Слодыч», «Элема», «Марко», «Витязь», «Горизонт» и др.);
- открытие фирменных секций на торговых площадях магазинов иных собственников, создание которых позволяет удовлетворить спрос покупателя не только на продукцию одного производителя, но и одновременно предложить покупателю широкий ассортимент других;
- открытие интернет-магазинов по продаже товаров отдельных брендов.

Дальнейшее развитие получают социально ориентированные розничные торговые объекты (дискаунтеры) с минимальными торговыми надбавками. Также развитие получают так называемые «социальные полки» с размещением на них ассортимента товаров, реализуемых со скидками.

Субъекты малого предпринимательства будут вовлекаться в развитие торговой инфраструктуры малых и средних городских поселений, в том числе за счет предоставления им на конкурсной основе права торгового обслуживания.

В целях приближения товара к покупателю продолжится развитие мелко-розничной торговой сети, проведение ярмарок, выставок-продаж, расширенных продаж, сезонных и праздничных распродаж, распродаж товаров по сниженным ценам, школьных базаров, дегустаций, рекламных акций, будут приниматься иные меры, направленные на стимулирование спроса населения.

Получит дальнейшее развитие практика предоставления льготных потребительских кредитов гражданам на приобретение продукции отечественного производства.

Продолжится работа по упорядочению деятельности рынков, включая их поэтапное перепрофилирование в современные торговые центры.

За пять лет планируется увеличить объем розничного товарооборота торговли через все каналы реализации, а также на душу населения – в 1,7–1,8 раза. Рост товарооборота планируется обеспечить за счет увеличения производи-

тельности труда работников на 70 процентов. За этот период планируется увеличить число новых рабочих мест на 35,8 тыс. единиц [1].

Литература

1. Концепция реализации государственной политики в сфере внутренней торговли и общественного питания на 2011-2015 годы: приказ Министра Торговли Респ. Беларусь от 29.12.2011 № 178.

2. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2012 (Стат. сб.) / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2012.– 715 с.