

УДК 338.518:334.735

О. Г. Бондаренко (o_bondarenko@tut.by),
кандидат экономических наук, доцент
Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации

МОНИТОРИНГ ЦЕН НА ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ В СТАЦИОНАРНЫХ ТОРГОВЫХ ОБЪЕКТАХ СЕЛЬСКИХ НАСЕЛЕННЫХ ПУНКТОВ БЕЛАРУСИ

В статье отражены результаты изучения цен на продукты питания в стационарных торговых объектах потребительской кооперации Республики Беларусь и конкурентов, расположенных в сельских населенных пунктах. Разработан шаблон мониторинга цен. Даны предложения по совершенствованию управления ценами в организациях.

The article presents the results of studying the food prices in fixed trade facilities of the consumer cooperation of the Republic of Belarus and competitors located in rural settlements. A template for price monitoring was developed. Proposals have been made to improve the management of prices in organizations.

Ключевые слова: цена; торговый объект; сельский населенный пункт; потребительская кооперация; конкурент; шаблон; мониторинг.

Key words: price; trade facilities; rural settlement; consumer cooperation; competitor; template; monitoring.

Введение

Организацию следует рассматривать как совокупность ее параметров, которые меняются под воздействием управленческих решений и других факторов маркетинговой среды. Чем неопределеннее факторы маркетинговой среды, тем труднее принимать в организации эффективные управленческие решения. Специалистам организаций потребительской кооперации необходимо адаптировать деятельность организации к воздействию факторов внешней и внутренней среды посредством их мониторинга, влиять на факторы путем разработки и реализации целенаправленных мер по развитию организаций. Это будет способствовать решению основных задач Концепции развития потребительской кооперации Республики Беларусь на 2016–2020 годы, одной из которых является сохранение лидирующих позиций кооперативных организаций в обслуживании сельского населения [1, с. 6].

Стратегическое развитие торговли Белкоопсоюза до 2020 года подразумевает ее сохранение на рынке, в том числе сельских населенных пунктов. Торговая отрасль потребительской коопера-

ции теряет свои позиции на данном рынке по доле рынка, удельному весу числа торговых объектов системы в общем числе торговых объектов Республики Беларусь, их торговой площади. Особенно существенны эти потери в Минской области. Удельный вес розничного товарооборота организаций потребительской кооперации в сельских населенных пунктах в розничном товарообороте организаций торговли в сельских населенных пунктах Республики Беларусь снизился на 15,4% в 2016 году по сравнению с 2010 годом. Однако присутствие потребительской кооперации в торговом обслуживании сельских населенных пунктов значимо. В 2016 году доля рынка системы составила 28,8%; удельный вес числа торговых объектов в общем числе торговых объектов Республики Беларусь – 54,37, их торговой площади – 62,29%.

Одним из инструментов сохранения торговой отрасли потребительской кооперации на рынке является рост товарооборота. Председатель Правления Белкоопсоюза В. Н. Иванов в докладе «О выполнении прогнозных параметров развития отраслей деятельности потребительской кооперации за 2016 год и задачах по повышению эффективности работы в 2017 году» отметил: «Мы должны бороться за каждый рубль товарооборота...» [2]. Резервом роста товарооборота является конкурентная цена¹ на товар в торговых единицах потребительской кооперации. Это один из ключевых факторов, определяющих конкурентоспособность и прибыль торговой организации.

Покупатели в сельских населенных пунктах особенно чувствительны к изменению цен. Это связано, прежде всего, с уровнем денежных доходов сельских жителей [3, с. 186]:

- Уровень малообеспеченности населения в сельских населенных пунктах в процентах от численности населения соответствующей группы значительно превышает уровень малообеспеченности населения в городах и поселках городского типа (10% и 4,2%, соответственно, в 2016 году).

- Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата работников сельского хозяйства ниже номинальной начисленной среднемесячной заработной платы работников по Республике Беларусь на 227,6 тыс. р. в 2016 году, а также других отраслей (промышленность, строительство, оптовая и розничная торговля, ремонт автомобилей и мотоциклов и др.). Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата работников сельского хозяйства составляет 68,4% от номинальной начисленной среднемесячной заработной платы работников Беларуси в 2016 году.

- Медианный уровень среднедушевых располагаемых ресурсов в сельских населенных пунктах Республики Беларусь в 2015, 2016 годах ниже республиканского значения в 2016 году на 33,3 р.

- В городах и поселках городского типа среднее семейство в январе-июне 2017 года жило на 1 085,8 р. в месяц, а в сельских населенных пунктах – на 825,3 р. [4].

- Удельный вес домашних хозяйств, указавших на неудовлетворенность уровнем своих денежных доходов, в общем числе домашних хозяйств сельских населенных пунктов вырос в 2016 году по сравнению с 2005 годом на 2,8%.

Все меньше домашних хозяйств в сельских населенных пунктах получают льготы и выплаты. По данным выборочного обследования домашних хозяйств по уровню жизни в процентах к общему числу домашних хозяйств соответствующего типа, в 2016 году количество таких хозяйств на 30,5% меньше, чем в 2000 году. Сократились льготы и выплаты на питание, оплату услуг общественного транспорта, жилья и коммунальных услуг, услуг по содержанию детей в дошкольных учреждениях и обучению детей.

При этом, денежные расходы населения в сельских населенных пунктах изменяются следующим образом [5, с. 125, 136; 6, с. 153, 160]:

- Снижается удельный вес денежных расходов домашних хозяйств в сельских населенных пунктах в денежных расходах домашних хозяйств Беларуси с 2010 года. В структуре денежных расходов домашних хозяйств сельских населенных пунктов преобладают потребительские расходы (71,42% в 2016 году), однако они снижаются по сравнению с 2000 годом на 10,88%. Снижаются расходы на личные подсобные хозяйства. Растут расходы на вклады и сбережения на 4,61% в 2016 году по сравнению с 2000 годом, на строительство и покупку недвижимости – на 3,42%, на уплату налогов, взносов и других платежей – на 3,5%.

- Преобладают расходы на продукты питания (43% в 2016 году) в структуре расходов домашних хозяйств сельских населенных пунктов по основным группам потребительских расходов. В 2016 году они ниже показателя 2000 года на 16,1%. С 2010 по 2016 год присутствует тенденция незначительного роста показателя. На 14,4% выросли расходы на оплату услуг в 2016 году по сравнению с 2000 годом. С 2010 по 2016 год снижаются расходы на непродовольственные товары.

¹ Конкурентная цена (цена рынка) – цена, складывающаяся под влиянием спроса и предложения.

Влияние фактора цены на деятельность торговой единицы определяется количеством покупателей на квадратный метр торговой площади. Чем меньше количество покупателей на квадратный метр торговой площади, тем очевиднее ценовая конкуренция¹. Магазин в сельском населенном пункте будет иметь проблему с выручкой, если цена на товар выше на несколько рублей или даже копеек, чем в соседнем магазине. А если и ассортимент в магазине конкурента шире, то потеря покупателей неизбежна. Важно понимать, что магазинам потребительской кооперации приходится бороться за каждого покупателя в условиях снижения численности сельского населения Беларуси на 873,2 тыс. человек за последние 16 лет (2001–2017 годы). Она составляет в 2017 году 70,67% к показателю 2001 года. Численность сельского населения снижается по всем областям. Удельный вес сельского населения в общей численности населения Республики Беларусь снизился на 7,5% за 2001–2016 годы. Снижается удельный вес сельского населения в общей численности сельского населения страны по всем областям, кроме Минской [7, с. 54–75; 8, с. 52–73; 9, с. 6–7; 3, с. 64, 66, 67, 69].

Цель данного исследования – изучение цен на продукты питания в стационарных торговых объектах потребительской кооперации и конкурентов, расположенных в сельских населенных пунктах Беларуси, и разработка предложений по совершенствованию управления ценами в торговых организациях потребительской кооперации.

Ставились следующие задачи в рамках исследования цен в торговых объектах:

1. Сравнение цен на продукты питания в магазинах потребительской кооперации с ценами конкурентов.
2. Сравнение цен в магазинах потребительской кооперации и конкурентов со средними ценами на них в розничной торговой сети сельских населенных пунктов.
3. Сравнение ассортимента (товарных позиций) в магазинах потребительской кооперации и конкурентов.

Процесс изучения цен включал несколько этапов:

- Определение торговых объектов для изучения и анализа.
- Определение фиксируемой информации (составление списка товаров для мониторинга).
- Подготовка необходимых документов (формы, таблицы).
- Выбор способа получения розничных цен конкурентов.
- Составление плана изучения цен на товары по дням недели.
- Сбор и обработка данных.
- Анализ данных и подготовка сводного отчета.
- Подготовка рекомендаций по использованию результатов исследования.

Объектами исследования явились магазины «Продтовары» Терюхского филиала Гомельского райпо: № 14, № 21 в агрогородке Бобовичи и № 35 в деревне Ченки. Численность обслуживаемого магазинами населения в агрогородке Бобовичи составляет 1 488 человек, в деревне Ченки – 2 648 человек.

Данные торговые объекты отобраны для изучения бизнес-процессов в розничной торговле потребительской кооперации с целью дальнейшей автоматизации магазинов программным продуктом «Супермаг» по поручению заместителя Председателя Правления Белкоопсоюза А. Н. Скрундевского в ходе рабочего совещания 2 февраля 2017 года с представителями организаций потребительской кооперации, руководителями и преподавателями Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации.

В агрогородке Бобовичи конкурентами магазинов потребительской кооперации являются фирменный магазин № 6 ОАО «Гомельская птицефабрика»; магазин «Смачны» (филиал «Производственный комбинат ОАО «Гомельтранснефть Дружба»»).

В деревне Ченки конкурентами магазина потребительской кооперации являются частное торгово-производственное унитарное предприятие «ИНФИНЕ»; торговый павильон № 40 ОАО «Птицефабрика "Рассвет"»; частный магазин «СельСТ», находящийся на территории санатория «Ченки».

При изучении цен на товары фиксировались следующие сведения: название товара, название производителя, упаковка, цена.

Как известно, достаточно изучить цены в магазине по товарным позициям с наибольшим товарооборотом, которые наиболее известны покупателю, в том числе цены на товары, приносящие

¹ Ценовая конкуренция – это конкурентная борьба за счет снижения цен до более низкого относительно конкурентов уровня.

большую прибыль для магазина. Такие товары можно определить с использованием матричных методов анализа и планирования, например, матриц ABC, XYZ-анализа, «Конкурентоспособность – стадия жизненного цикла», «Boston Consulting Group» и др. На ценовой уровень остального ассортимента можно влиять посредством уровня торговой надбавки.

Источником информации о товарах в нашем исследовании явилась информационная база программного продукта «Супермаг» (отчет о реализации товаров) магазина «Продтовары» деревни Ченки.

Изучение цен на продукты питания в магазинах потребительской кооперации и их конкурентов проведено в мае 2017 года. Для исследования отобраны следующие десять товарных групп, товары которых пользуются наибольшим спросом у покупателей:

- бакалея;
- фрукты;
- овощи;
- изделия крупяные и бобовые;
- кондитерские изделия;
- мясо и полуфабрикаты;
- колбасные изделия и копчености мясные;
- рыба и морепродукты;
- алкогольные напитки;
- табачные изделия.

Товарные группы «мясо и полуфабрикаты», «колбасные изделия и копчености мясные», «рыба и морепродукты», «алкогольные напитки и табачные изделия» составляют значительную часть розничного товарооборота магазинов «Продтовары» Гомельского райпо.

Нами разработаны табличные формы для фиксирования цен в торговых объектах, а также дальнейшего анализа и сравнения показателей. Созданная в программе Excel таблица с ценами в магазинах потребительской кооперации и конкурентов позволяет сравнить цены с использованием простейших формул.

Известны следующие два способа получения информации о ценах конкурентов:

1. Получение цен из торгового зала магазина-конкурента (изучение цен силами сотрудников собственной организации):

- переписывание или фотографирование, требующее существенных временных и человеческих ресурсов и привлекающее внимание службы охраны магазина;
- использование диктофона на телефоне с гарнитурой (наговаривание цен на товары на диктофон).

2. Получение цен по договоренности с менеджерами магазина (покупка услуг наемных специалистов, которые проводят исследование цен на рынке).

Сбор данных о ценах на товары в торговых объектах осуществлялся нами в режиме личного посещения в соответствии с разработанным планом изучения цен на товары в магазинах. На определенный день запланирован сбор информации по двум товарным группам: в первый день – бакалея и фрукты, во второй – овощи, изделия крупяные и бобовые и т. д.

Способом изучения цен явилась фотосъемка ценников на товары в торговых объектах и переписывание данных с них. Итоговые данные по ценовому мониторингу сведены в заранее разработанные формы таблиц.

По результатам исследования (таблица 1) получен вывод, что в магазинах «Продтовары» Терюхского филиала Гомельского райпо, находящихся в агрогородке Бобовичи, цены на продукты питания следующих товарных групп ниже, чем у конкурентов:

1. Бакалейные товары (два наименования из трех).
2. Фрукты (три наименования из трех).
3. Мясо и полуфабрикаты (все шесть товарных позиций).
4. Алкогольные напитки (четыре из шести наименований).

В данных магазинах цены на продукты питания следующих товарных групп выше, чем у конкурентов:

1. Овощи (два наименования из трех).
2. Изделия крупяные и бобовые (два наименования из трех).
3. Кондитерские изделия (три наименования из четырех).
4. Колбасные изделия и копчености мясные (четыре из пяти наименований).
5. Рыба и морепродукты (четыре из пяти наименований).

Таблица 1 – Сравнение цен на продукты питания в магазине «Продтовары» Терюхского филиала Гомельского райпо и магазинах конкурентов в агрогородке Бобовичи (май 2017 года), р.

Товар, производитель	«Продтовары» Терюхского филиала Гомельского райпо	Фирменный магазин № 6 ОАО «Гомельская птицефабрика»	Отклонение (+/-) (гр. 3 от гр. 2)	«Смачны» (филиал «Производственный комбинат» ОАО «Гомельтранснефть "Дружба"»)	Отклонение (+/-) (гр. 5 от гр. 2)
1	2	3	4	5	6
Бакалея					
Сахар прессованный, 1 кг, ОАО «Городейский сахарный комбинат»	2,39	2,4	0,01	2,86	0,47
Сахар прессованный, 0,5 кг, ОАО «Городейский сахарный комбинат»	1,39	1,42	0,03	1,43	0,04
Сахар-песок «Sweet line», 1кг, ОАО «Жабинковский сахарный завод»	1,79	1,74	-0,05	-	-
Фрукты					
Апельсины свежие, 1 кг, Египет	2,39	-	-	2,67	0,28
Грейпфрут свежий, 1 кг, Турция	2,79	-	-	4	1,21
Лимон, 1 кг, Испания	4,69	-	-	5,18	0,49
Овощи					
Капуста, 1 кг, Македония	2,29	-	-	2,21	-0,08
Лук репчатый, 1 кг, Беларусь	0,79	-	-	1,15	0,36
Томаты свежие, 1 кг, Беларусь	5,99	5,61	-0,38	5,78	-0,21
Изделия крупяные и бобовые					
Крупа гречневая ядрица, 0,7 кг, ЧУП «Эколайнбел», Россия	2,64	2,37	-0,27	-	-
Крупа ячменная перловая № 1, 1 кг, Беларусь	0,89	0,8	-0,09	-	-
Хлопья овсяные «Экстра» № 3, 0,5 кг, «Новобелицкий КХП», Беларусь	0,69	0,77	0,08	0,78	0,09
Кондитерские изделия					
Вафли «Черноморские» 72 г, СП ОАО «Спартак»	0,61	-	-	0,55	-0,06
Конфеты «Грильяж» в шоколаде, 290 г, СП ОАО «Спартак»	8,99	7,34	-1,65	-	-
Конфеты «Настенька», 1 кг, СП ОАО «Спартак»	10,69	-	-	10,74	0,05
Шоколад Молочный «Спартак» с фундуком, 90 г, СП ОАО «Спартак»	2,19	2,11	-0,08	2,19	-
Мясо и полуфабрикаты					
Мясо птицы, голень, цыпленок-бройлер замороженный, 1 кг, ОАО «Птицефабрика "Рассвет"»	4,59	-	-	4,78	0,19
Мясо птицы, грудка, цыпленок-бройлер замороженный, 1 кг, ОАО «Птицефабрика "Рассвет"»	5,23	-	-	5,52	0,29
Мясо птицы, спинка, цыпленок-бройлер замороженный, 1 кг, ОАО «Птицефабрика "Рассвет"»	1,49	-	-	2,28	0,79
Полуфабрикат рубленый из мяса птицы, панировочные котлеты «Аппетитные белорусски», 0,7 кг, ОАО «Гомельская птицефабрика»	3,05	3,3	0,25	-	-
Субпродукты птицы, желудок, цыпленок-бройлер, 1 кг, ОАО «Гомельская птицефабрика»	2,29	3,3	1,01	-	-
Субпродукты птицы, печень с сердцем, 1 кг, ОАО «Птицефабрика "Рассвет"»	3,49	-	-	3,96	0,47
Колбасные изделия и копчености мясные					
Зельц «Бабушкин пачастунак», 1 кг, ОАО «Гомельский мясокомбинат»	2,65	2,44	-0,21	-	-

Окончание таблицы 1

Товар, производитель	«Продтовары» Терюхского филиала Гомельского райпо	Фирменный магазин № 6 ОАО «Гомельская птицефабрика»	Отклонение (+/-) (гр. 3 от гр. 2)	«Смачны» (филиал «Производственный комбинат» ОАО «Гомельтранснефть "Дружба"»)	Отклонение (+/-) (гр. 5 от гр. 2)
1	2	3	4	5	6
Колбаса «Молочная Аппетитная Классик», вареная, высший сорт, 1 кг, ОАО «Гомельский мясокомбинат»	8,53	7,5	-1,03	-	-
Колбаса Сялями «Мюнхенская Классик» сырокопченая, 1 сорт, 1 кг, ОАО «Гомельский мясокомбинат»	21,63	20,63	-1	-	-
Сальтисон «Крестьянский», 1 кг, ОАО «Гомельский мясокомбинат»	4,55	4,19	-0,36	-	-
Сосиски «Молочные», высший сорт, 1 кг, ОАО «Гомельский мясокомбинат»	5,23	5,3	0,07	-	-
Рыба и морепродукты					
Аргентина мороженая 1 кг, Исландия	5,99	4,36	-1,63	-	-
Килька балтийская неразделанная в томатном соусе, 230 г, ООО «Балтийский консервный завод»	1,17	1,08	-0,09	1,4	0,23
Килька мороженая, 1 кг, Финляндия	3,19	2	-1,19	-	-
Мойва мороженая, 1 кг, Норвегия	5,19	3,14	-2,05	-	-
Филе сельди «Популярное» «Шхуна» в масле слабосоленое, 240 г, СП «Санта Бремор»	2,48	2,24	-0,24	2,39	-0,09
Алкогольные напитки					
Бальзам «Черный рыцарь», 40%, 0,2 л, ОАО «Витебский ликеро-водочный завод "Придвинье"»	3,51	3,9	0,39	-	-
Вино «Старая Келья» белое натуральное полусладкое, 0,7 л, ЗАО «Минский завод виноградных вин»	3,66	-	-	4,93	1,27
Водка «Сотка Особая», 40%, 0,5 л, ОАО «Гомельский ликеро-водочный завод "Радамир"»	6,59	-	-	6,96	0,37
Пиво «Бобров» светлое, 0,9 л, ИЗАО «Пивоваренная компания Хайнекен»	2,39	-	-	2,47	0,08
Пиво «Оливария Золотое» светлое, 1,4 л, ОАО «Пивзавод Оливария»	4,54	-	-	4,12	-0,42
Пиво «Zlaty Bazant» 0,5 л, ИЗАО «Пивоваренная компания Хайнекен»	1,78	1,81	0,03	1,66	-0,12
Табачные изделия					
Сигареты «Alliance Classic», ИЧП «Бритиш-Американ Тобакко Трейдинг Компании»	1,2	-	-	1,2	-
Сигареты «Camel Original Plus» (Blue, Filters), ООО «Табак-Инвест»	2,5	-	-	2,5	-
Сигареты «Winston XS» (Blue, Silver), ООО «Табак-Инвест»	2,35	-	-	2,35	-
Примечание – Составлено автором по данным торговых объектов.					

Таким образом, не по всем товарным позициям цены в магазине потребительской кооперации ниже, чем у конкурентов. Также следует отметить, что снижение цен в магазинах потребительской кооперации по сравнению с ценами в магазинах конкурентов незначительно.

По результатам исследования цен на продукты питания в магазине «Продтовары» Терюхского филиала Гомельского райпо, находящемся в деревне Ченки (таблица 2), можно сделать вывод, что цены на продукты питания следующих товарных групп ниже, чем у конкурентов:

1. Бакалейные товары (одно наименование из одного).
2. Изделия крупяные и бобовые (три наименования из пяти).
3. Кондитерские изделия (три наименования из пяти).
4. Алкогольные напитки (три наименования из четырех).

Таблица 2 – Сравнение цен на продукты питания в магазинах «Продтовары» Терюхского филиала Гомельского райпо и конкурентов в деревне Ченки (май 2017 года), р.

Наименование товара	«Продтовары» Терюхского филиала Го- мельского райпо	ЧТПУП «ИНФИ- НЕ»	Откло- нение (+/-) (гр. 3 от гр. 2)	Торговый павильон № 40 ОАО «Птице- фабрика "Рассвет"»	Откло- нение (+/-) (гр. 5 от гр. 2)	Частный магазин «СельСТ» (на тер- ритории санатория «Ченки»)	Откло- нение (+/-) (гр. 7 от гр. 2)
1	2	3	4	5	6	7	8
Бакалея							
Сахар прессованный, 1 кг, ОАО «Городейский сахарный комбинат»	2,39	2,6	0,21	–	–	–	–
Изделия крупяные и бобовые							
Крупа пшено шлифованное 1 сорт, 0,8 кг, Беларусь	1,12	–	–	0,97	–0,15	–	–
Крупа ячменная перловая № 1, 1кг, Беларусь	0,89	–	–	0,89	–	–	–
Рис белый длиннозерный шлифованный, 0,8 кг, Вьетнам	1,54	–	–	1,67	0,13	–	–
Хлопья кукурузные глазированные, 0,33 кг, Витьба, Беларусь	1,79	–	–	1,84	0,05	1,87	0,08
Хлопья овсяные «Экстра» № 3, 0,5 кг, «Новобелицкий КХП», Беларусь	0,69	0,79	0,1	0,87	0,18	0,72	0,03
Кондитерские изделия							
Вафли «Черноморские», 72 г, СП ОАО «Спартак»	0,61	0,69	0,08	0,64	0,03	0,62	0,01
Конфеты «Грильяж» в шоколаде, 290 г, СП ОАО «Спартак»	8,99	9,96	0,97	8,63	–0,36	–	–
Конфеты «Настенька», 1 кг, СП ОАО «Спартак»	10,69	–	–	–	–	10,9	0,21
Конфеты шоколадные «Мушкетеры», 180 г, СП ОАО «Спартак»	7,19	–	–	7,57	0,38	4,5	–2,69
Шоколад молочный «Спартак» с цельным фундуком, 90 г, СП ОАО «Спартак»	2,19	–	–	2,32	0,13	–	–
Мясо и полуфабрикаты							
Мясо птицы, голень, цыпленок-бройлер замороженный, 1 кг, ОАО «Птицефабрика "Рассвет"»	4,59	–	–	3,91	–0,68	–	–
Мясо птицы, грудка, цыпленок-бройлер замороженный, 1 кг, ОАО «Птицефабрика «Рассвет»	5,23	–	–	4,74	–0,49	–	–
Мясо птицы, спинка, цыпленок-бройлер замороженный, 1 кг, ОАО «Птицефабрика "Рассвет"»	1,49	–	–	1,96	0,47	–	–
Субпродукты птичьи, печень с сердцем, 1 кг, ОАО «Птицефабрика "Рассвет"»	3,49	–	–	3,4	–0,09	–	–
Фарш куриный замороженный, 1 кг, ОАО «Птицефабрика "Рассвет"»	3,49	–	–	3,4	–0,09	–	–
Алкогольные напитки							
Пиво «Бобров» светлое, 0,9 л, ИЗАО «Пивоваренная компания Хайнекен»	2,39	–	–	2,47	0,08	–	–
Пиво «Лидское Pilsner» светлое, 0,5 л, ОАО «Лидское пиво»	1,66	–	–	–	–	1,6	–0,06

Окончание таблицы 2

Наименование товара	«Продтовары» Терюхского филиала Го- мельского райпо	ЧТПУП «ИНФИ- НЕ»	Откло- нение (+/-) (гр. 3 от гр. 2)	Торговый павильон № 40 ОАО «Птице- фабрика "Рассвет"»	Откло- нение (+/-) (гр. 5 от гр. 2)	Частный магазин «СельСТ» (на тер- ритории санатория «Ченки»)	Откло- нение (+/-) (гр. 7 от гр. 2)
1	2	3	4	5	6	7	8
Пиво «Оливария Золотое» светлое, 1,4 л, ОАО «Пивза- вод Оливария»	4,54	4,3	-0,24	-	-	-	-
Пиво «Zlaty Bazant», 0,5 л, ИЗАО «Пивоваренная ком- пания Хайнекен»	1,78	-	-	1,66	-0,12	-	-
Табачные изделия							
Сигареты «Alliance Classic», ИЧП «Бритиш-Американ То- бакко Трейдинг Компании»	1,2	-	-	-	-	1,2	-
Сигареты «Camel Original Plus» (Blue, Filters), ООО «Табак-Инвест»	2,5	-	-	-	-	2,5	-
Сигареты «Winston XS» (Blue, Silver), ООО «Табак- Инвест»	2,35	-	-	-	-	2,35	-
Примечание – Составлено автором по данным торговых объектов.							

В данном магазине цены на мясо и полуфабрикаты выше, чем у конкурентов (четыре из пяти наименований). Наиболее низкие цены на мясо птицы в фирменном магазине № 6 ОАО «Гомельская птицефабрика» и торговом павильоне № 40 ОАО «Птицефабрика "Рассвет"».

В зоне деятельности системы потребительской кооперации активно развивается фирменная торговая сеть производителей – более 600 магазинов мясокомбинатов, молочных заводов, птицефабрик, агрокомбинатов, комбинатов хлебопродуктов, кондитерских фабрик, ликероводочных заводов, киосков табачной фабрики и др. Наблюдается тенденция демпингования цен производителями, которые, имея высокую доходность при производстве, привлекают покупателя в свои магазины ценами с минимальными торговыми надбавками [2].

Таким образом, по четырем из шести исследованных товарных групп в разрезе товарных позиций цены в магазине потребительской кооперации, находящемся в деревне Ченки, ниже, чем у конкурентов. Это может быть объяснено более высоким уровнем конкуренции в данном населенном пункте.

Важно сравнить цены на продукты питания в магазинах «Продтовары» Гомельского райпо и конкурентов со средними ценами на них в розничной торговой сети агрогородка Бобовичи и деревни Ченки. Расчет средних цен производился по формуле средней арифметической величины.

Средняя арифметическая величина – это такое среднее значение признака, при получении которого сохраняется неизменным общий объем признака в совокупности.

Формула средней арифметической величины имеет вид

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n},$$

где X – величина, для которой исчисляется средняя,

\bar{X} – средняя, где черта сверху свидетельствует о том, что имеет место осреднение индивидуальных значений,

n – численность совокупности.

По результатам сравнения цен в магазинах «Продтовары» Гомельского райпо и конкурентов со средними ценами в розничной торговой сети исследуемых сельских населенных пунктов (таблица 3) можно сделать вывод, что на момент проверки цены в магазинах райпо на большинство товаров ниже средних цен в розничной сети. К ним относятся товары следующих групп:

1. Бакалейные товары (два наименования из трех).
2. Фрукты (три наименования из трех).
3. Кондитерские изделия (три наименования из пяти).
4. Мясо и полуфабрикаты (четыре наименования из семи).
5. Алкогольные напитки (четыре наименования из семи).

Таблица 3 – Сравнение цен на продукты питания в магазинах «Продтовары» Терюхского филиала Гомельского райпо и конкурентов со средними ценами в розничной сети агрогородка Бобовичи и деревни Ченки (май 2017 г.), р.

Товар, производитель	Средняя цена на товар	Магазины Гомельского райпо		Фирменный магазин № 6 ОАО «Гомельская птицефабрика»		«Смачны» (филиал «Производственный комбинат» ОАО "Гомельтранснефть Дружба")		ЧТПУП «ИНФИНЕ»		Торговый павильон № 40 ОАО «Птицефабрика "Рассвет"»		Частный магазин «СельСТ» (на территории санатория «Ченки»)	
		Цена	Отклонение от средней цены (+/-)	Цена	Отклонение от средней цены (+/-)	Цена	Отклонение от средней цены (+/-)	Цена	Отклонение от средней цены (+/-)	Цена	Отклонение от средней цены (+/-)	Цена	Отклонение от средней цены (+/-)
Бакалея													
Сахар прессованный, 1 кг, ОАО «Городейский сахарный комбинат»	2,56	2,39	-0,17	2,4	-0,16	2,86	0,30	2,6	0,04	-	-	-	-
Сахар прессованный, 0,5 кг, ОАО «Городейский сахарный комбинат»	1,41	1,39	-0,02	1,42	0,01	1,43	0,02	-	-	-	-	-	-
Сахар-песок «Sweet line» 1кг, ОАО «Жабинковский сахарный завод»	1,77	1,79	0,02	1,74	-0,03	-	-	-	-	-	-	-	-
Фрукты													
Апельсины свежие, 1 кг, Египет	2,53	2,39	-0,14	-	-	2,67	0,14	-	-	-	-	-	-
Грейпфрут свежий, 1 кг, Турция	3,40	2,79	-0,61	-	-	4	0,61	-	-	-	-	-	-
Лимон, 1 кг, Испания	4,94	4,69	-0,25	-	-	5,18	0,24	-	-	-	-	-	-
Овощи													
Капуста, 1 кг, Македония	2,25	2,29	0,04	-	-	2,21	-0,04	-	-	-	-	-	-
Лук репчатый, 1 кг, Беларусь	0,97	0,79	-0,18	-	-	1,15	0,18	-	-	-	-	-	-
Томаты свежие, 1 кг, Беларусь	5,79	5,99	0,20	5,61	-0,18	5,78	-0,01	-	-	-	-	-	-
Изделия крупяные и бобовые													
Крупа гречневая ядрица, 0,7 кг, ЧУП «Эколайн-бел», Россия	2,51	2,64	0,14	2,37	-0,14	-	-	-	-	-	-	-	-
Крупа пшено шлифованное, 1 сорт, 0,8 кг, Беларусь	1,05	1,12	0,08	-	-	-	-	-	-	0,97	-0,08	-	-
Крупа ячменная перловая, № 1, 1 кг, Беларусь	0,86	0,89	0,03	0,8	-0,06	-	-	-	-	0,89	-	-	-
Рис белый длиннозерный шлифованный, 0,8 кг, Вьетнам	1,61	1,54	-0,06	-	-	-	-	-	-	1,67	-	-	-
Хлопья кукурузные глазированные, 0,33 кг, Витьба, Беларусь	1,83	1,79	-0,04	-	-	-	-	-	-	1,84	-	1,87	0,04
Хлопья овсяные «Экстра» № 3, 0,5 кг, «Новобелицкий КХП», Беларусь	0,77	0,69	-0,08	0,77	-	0,78	-	0,79	0,01	0,87	0,1	0,72	-0,05
Кондитерские изделия													
Вафли «Черноморские», 72 г, СП ОАО «Спартак»	0,62	0,61	-0,01	-	-	0,55	-0,07	0,69	0,07	0,64	0,02	0,62	-
Конфеты «Грильяж» в шоколаде, 290 г, СП ОАО «Спартак»	8,73	8,99	0,26	7,34	-1,39	-	-	9,96	1,23	8,63	-0,10	-	-
Конфеты «Настенька», 1 кг, СП ОАО «Спартак»	10,78	10,69	-0,09	-	-	10,74	-0,04	-	-	-	-	10,9	0,12
Конфеты шоколадные «Мушкетеры», 180 г, СП ОАО «Спартак»	6,42	7,19	0,77	-	-	-	-	-	-	7,57	1,15	4,5	-1,92
Шоколад молочный «Спартак» с цельным фундуком, 90 г, СП ОАО «Спартак»	2,20	2,19	-0,01	2,11	-0,09	2,19	-0,01	-	-	2,32	0,12	-	-
Мясо и полуфабрикаты													
Мясо птицы голень, цыпленок-бройлер замороженный, 1 кг, ОАО «Птицефабрика «Рассвет»	4,43	4,59	0,16	-	-	4,78	0,35	-	-	3,91	-0,52	-	-

Продолжение таблицы 3

Товар, производитель	Средняя цена на товар	Магазины Гомельского райпо		Фирменный магазин № 6 ОАО «Гомельская птицефабрика»		«Смачны» (филиал «Производственный комбинат» ОАО "Гомельтранснефть Дружба")		ЧТПУП «ИНФИНЕ»		Торговый павильон № 40 ОАО «Птицефабрика "Рассвет"»		Частный магазин «СельСТ» (на территории санатория «Ченки»)	
		Цена	Отклонение от средней цены (+/-)	Цена	Отклонение от средней цены (+/-)	Цена	Отклонение от средней цены (+/-)	Цена	Отклонение от средней цены (+/-)	Цена	Отклонение от средней цены (+/-)	Цена	Отклонение от средней цены (+/-)
Мясо птицы грудка, цыпленок-бройлер замороженный, 1 кг, ОАО «Птицефабрика «Рассвет»	5,16	5,23	0,07	-	-	5,52	0,36	-	-	4,74	-0,42	-	-
Мясо птицы спинка, цыпленок-бройлер замороженный 1 кг, ОАО «Птицефабрика "Рассвет"»	1,91	1,49	-0,42	-	-	2,28	0,37	-	-	1,96	0,05	-	-
Полуфабрикат рубленый из мяса птицы, панировочные котлеты «Аппетитные по-белорусски», 0,7 кг, ОАО «Гомельская птицефабрика»	3,18	3,05	-0,13	3,3	0,13	-	-	-	-	-	-	-	-
Субпродукты птицы желудок, цыпленок-бройлер, 1 кг, ОАО «Гомельская птицефабрика»	2,80	2,29	-0,51	3,3	0,51	-	-	-	-	-	-	-	-
Субпродукты птицы печень с сердцем 1 кг, ОАО «Птицефабрика "Рассвет"»	3,62	3,49	-0,13	-	-	3,96	0,34	-	-	3,4	-0,22	-	-
Фарш куриный замороженный, 1 кг, ОАО «Птицефабрика "Рассвет"»	3,45	3,49	0,04	-	-	-	-	-	-	3,4	-0,05	-	-
Колбасные изделия и копчености мясные													
Зельц «Бабушкин паштет», 1 кг, ОАО «Гомельский мясокомбинат»	2,55	2,65	0,11	2,44	-0,11	-	-	-	-	-	-	-	-
Колбаса «Молочная Аппетитная» Классик, вареная, высший сорт, 1 кг, ОАО «Гомельский мясокомбинат»	8,02	8,53	0,51	7,5	-0,52	-	-	-	-	-	-	-	-
Колбаса салями «Мюнхенская Классик» сырокопченая, 1 сорт, 1 кг, ОАО «Гомельский мясокомбинат»	21,13	21,63	0,50	20,63	-0,50	-	-	-	-	-	-	-	-
Сальтисон «Крестьянский», 1 кг, ОАО «Гомельский мясокомбинат»	4,37	4,55	0,18	4,19	-0,18	-	-	-	-	-	-	-	-
Сосиски «Молочные» высший сорт, 1 кг, ОАО «Гомельский мясокомбинат»	5,27	5,23	-0,04	5,3	0,03	-	-	-	-	-	-	-	-
Рыба и морепродукты													
Аргентина мороженая, 1 кг, Исландия	5,18	5,99	0,82	4,36	-0,82	-	-	-	-	-	-	-	-
Килька балтийская неразделанная в томатном соусе, 230 г, ООО «Балтийский консервный завод»	1,22	1,17	-0,05	1,08	-0,14	1,4	0,18	-	-	-	-	-	-
Килька мороженая, 1 кг, Финляндия	2,60	3,19	0,60	2	-0,60	-	-	-	-	-	-	-	-
Мойва мороженая, 1 кг, Норвегия	4,17	5,19	1,03	3,14	-1,03	-	-	-	-	-	-	-	-
Филе сельди Популярное «Шхуна» в масле слабосоленое, 240 г, СП «Санта Бремор»	2,37	2,48	0,11	2,24	-0,13	2,39	0,02	-	-	-	-	-	-

Окончание таблицы 3

Товар, производитель	Средняя цена на товар	Магазины Гомельского райпо		Фирменный магазин № 6 ОАО «Гомельская птицефабрика»		«Смачны» (филиал «Производственный комбинат» ОАО "Гомельтранснефть Дружба")		ЧТПУП «ИНФИНЕ»		Торговый павильон № 40 ОАО «Птицефабрика "Рассвет"»		Частный магазин «СельСТ» (на территории санатория «Ченки»)	
		Цена	Отклонение от средней цены (+/-)	Цена	Отклонение от средней цены (+/-)	Цена	Отклонение от средней цены (+/-)	Цена	Отклонение от средней цены (+/-)	Цена	Отклонение от средней цены (+/-)	Цена	Отклонение от средней цены (+/-)
Алкогольные напитки													
Бальзам «Черный рыцарь», 40%, 0,2 л, ОАО «Витебский ликероводочный завод "Придвинье"»	3,71	3,51	-0,20	3,9	0,20	-	-	-	-	-	-	-	-
Вино «Старая Келья» белое натуральное, полусладкое, 0,7 л, ЗАО «Минский завод виноградных вин»	4,30	3,66	-0,64	-	-	4,93	0,64	-	-	-	-	-	-
Водка «Сотка Особая», 40%, 0,5 л, ОАО «Гомельский ликероводочный завод "Радамир"»	6,78	6,59	-0,19	-	-	6,96	0,19	-	-	-	-	-	-
Пиво «Бобров» светлое, 0,9 л, ИЗАО «Пивоваренная компания Хайнекен»	2,44	2,39	-0,05	-	-	2,47	0,03	-	-	2,47	0,03	-	-
Пиво «Лидское Pilsner» светлое, 0,5 л, ОАО «Лидское пиво»	1,63	1,66	0,03	-	-	-	-	-	-	-	-	1,6	-0,03
Пиво «Оливария Золотое» светлое, 1,4 л, ОАО «Пивзавод Оливария»	4,32	4,54	0,22	-	-	4,12	-0,20	4,3	-0,02	-	-	-	-
Пиво «Zlaty Bazant», 0,5 л, ИЗАО «Пивоваренная компания Хайнекен»	1,73	1,78	0,05	1,81	0,08	1,66	-0,07	-	-	1,66	-0,07	-	-
Табачные изделия													
Сигареты «Alliance Classic», ИЧП «Бритиш-Американ Табакко Трейдинг Компани»	1,20	1,20	-	-	-	1,20	-	-	-	-	-	1,20	-
Сигареты «Camel Original Plus» (Blue, Filters), ООО «Табак-Инвест»	2,50	2,50	-	-	-	2,50	-	-	-	-	-	2,50	-
Сигареты «Winston XS» (Blue, Silver), ООО «Табак-Инвест»	2,35	2,35	-	-	-	2,35	-	-	-	-	-	2,35	-
Примечание – Составлено автором по данным таблиц 1, 2.													

Исключение составляют некоторые товарные позиции, входящие в следующие товарные группы: овощи; колбасные изделия и копчености мясные; рыба и морепродукты.

Три наименования изделий крупяных и бобовых из шести исследованных наименований имеют цену в магазине потребительской кооперации выше средней цены в розничной сети, а остальные три наименования имеют цену ниже средней цены.

Также по результатам исследования можно сделать вывод о более широком ассортименте продовольственных товаров в магазинах «Продтовары» Гомельского райпо, чем в магазинах конкурентов. Это определено социальной функцией, выполняемой торговыми организациями потребительской кооперацией на селе.

Для того, чтобы совершенствовать работу по изучению цен, уменьшить ее трудоемкость, нами разработан шаблон мониторинга цен на товары в торговых объектах потребительской кооперации и конкурентов на базе программного продукта Excel. Фрагмент шаблона мониторинга цен представлен на рисунке.

№	Наименование товара	Дата мониторинга	Цена в магазинах продовольственных товаров Тереховского филиала Гомельского района	Бобовичи		Цены в магазинах продовольственных товаров Тереховского филиала Гомельского района			Цены в деревне Ченки				Отклонение (+/-) цены в магазинах Гом. района от средней цены на рынке, руб.					
				ФМ №6	Отклонение (+/-) D от С, руб.	Цена, руб.	Отклонение (+/-) F от С, руб.	"Инфине"	Отклонение (+/-) H от С, руб.	"Расцвет"	Отклонение (+/-) J от С, руб.	СельСТ		Отклонение (+/-) L от С, руб.	Средняя цена на рынке, руб.			
5	БАКАЛЕЯ																	
6	Сахар прессованный 1 кг, ОАО "Городейский сахарный комбинат"	11.5.2017	2,39	2,4	0,01	2,86	0,47	2,6	0,21							2,56	-0,17	
7	Сахар прессованный 0,5 кг, ОАО "Городейский сахарный комбинат"	11.5.2017	1,39	1,42	0,03	1,43	0,04									1,41	-0,02	
8	Сахар-песок "Sweet line" Инг, ОАО "Жабинковский сахарный завод"	11.5.2017	1,79	1,74	-0,05											1,77	0,02	
9	ФРУКТЫ																	
10	Апельсины свежие 1 кг, Египет	11.5.2017	2,39			2,67	0,28									2,53	-0,14	
11	Грейфрут свежий 1 кг, Турция	11.5.2017	2,79			4	1,21									3,40	-0,61	
12	Лимон 1 кг, Испания	11.5.2017	4,69			5,18	0,49									4,94	-0,25	
13	ОВОЩИ																	
14	Капуста 1 кг, Македония	11.5.2017	2,29			2,21	-0,08									2,25	0,04	
15	Лук репчатый 1 кг, Беларусь	11.5.2017	0,79			1,15	0,36									0,97	-0,18	
16	Томаты свежие 1 кг, Беларусь	11.5.2017	5,99	5,61	-0,38	5,78	-0,21									5,79	0,20	
17	ИЗДЕЛИЯ КРУПЯНЫЕ И БОБОВЫЕ																	
18	Крупа гречневая ядрица 0,7 кг, ЧУП "ЭколайнБел", Россия	11.5.2017	2,64	2,37	-0,27											2,51	0,14	
19	Крупа пшено шлифованное 1 сорт 0,8 кг, Беларусь	11.5.2017	1,12													1,05	0,08	
20	Крупа ячменная перловая №1 1 кг, Беларусь	11.5.2017	0,89	0,8	-0,09											0,86	0,03	
21	Крупа ячменная перловая №2 1 кг, Беларусь	11.5.2017	1,54													1,64	0,06	

Фрагмент шаблона мониторинга цен на товары в торговых объектах потребительской кооперации и конкурентов, его практическое применение

Примечание – Составлено автором по данным таблиц 1–3.

Мониторинг – постоянное наблюдение за каким-либо процессом с целью выявления его соответствия желаемому результату или первоначальным предположениям [10, с. 92]

Мониторинг позволяет отслеживать ценовую ситуацию на рынке, определять тех его участников, которые стремятся к увеличению объема продаж за счет снижения цен, а также тех, которые повышают цены, разработать ценовую стратегию организации (стратегия высоких цен, средних цен, или нейтральное ценообразование, низких цен, или ценового прорыва, целевых цен, льготных цен, «связанного» ценообразования, «следования за лидером»).

Заключение

Изучение цен на продукты питания в торговых объектах потребительской кооперации и конкурентов в сельских населенных пунктах, в том числе по средним ценам в их розничной сети, позволило сделать следующие предложения по совершенствованию управления ценами в торговых организациях потребительской кооперации:

1. *Разработать ценовое позиционирование товаров относительно товаров конкурентов* для формирования правильного восприятия уровня цен у покупателей. Покупатель должен понимать: товары в магазине дешевле, дороже или на сопоставимом уровне относительно других магазинов или товаров. Также ценовое позиционирование позволит выстроить цены на отдельные линейки товаров внутри организации по единому принципу.

2. *Совершенствовать работу по мониторингу цен на товары* за счет следующих мероприятий: четкого соблюдения алгоритма проведения мониторинга цен, в том числе с использованием современных программных продуктов, периодичности проведения данной работы; создания общей информационной базы результатов мониторинга и более эффективного их использования.

Торговые организации потребительской кооперации не могут позволить себе расходы на покупку услуг наемных специалистов, которые проводят исследование цен на рынке, а также содержание отдельной штатной единицы, в должностные обязанности которой будет входить только мониторинг цен рынка. Поэтому задачу отслеживания изменения розничных цен могут выполнять экономисты по ценам, специалисты по маркетингу, продавцы, кассиры, бухгалтеры, иногда и технический персонал.

Сравнение цен на товары необходимо проводить регулярно, чтобы оперативно отслеживать их изменение. Периодичность проведения мониторинга цен на товары зависит от формата магазина. Чем меньше формат магазина, тем чаще следует осуществлять мониторинг цен. В сельских населенных пунктах Беларуси в среднем на один магазин приходится 74 м² торговой площади [11, с. 114]. В них целесообразно проводить мониторинг цен на товары один раз в неделю. Можно отслеживать цены на товары в момент их поступления.

Проведение систематического аудита цен в торговых объектах конкурентов может выполняться на основе матрицы товаров, а также с фиксированием цен на аналогичные товары, при условии отсутствия на полке товаров из списка.

В условиях ограниченности бюджета и времени специалиста оперативно проводить эту работу позволит разработанный автором на базе программного продукта Excel *шаблон мониторинга цен на товары*.

3. *Гибко реагировать на изменения цен на рынке* посредством принятия ценовых управленческих решений. При определении цен в торговых организациях потребительской кооперации необходимо принимать во внимание цены конкурентов, также следует учитывать уровень расходов и необходимость обеспечения рентабельности торговой деятельности организации. Результаты мониторинга цен могут служить сигналом для принятия решений о снижении торговых надбавок на определенный товар, о поиске поставщиков товаров, предлагающих наиболее выгодные цены, о необходимости проведения переговоров с производителями о снижении цен для организаций торговли в период проведения акционных мероприятий, уценке товаров, возврате, замене товара, о пересмотре ассортиментной матрицы, о применении логистических принципов в управлении бизнес-процессами и др.

Список использованной литературы

1. **Концепция** развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы : утв. постановлением Правления Белкоопсоюза от 29 февраля 2016 г. № 47. – Минск : Белкоопсоюз, 2017.

2. **Иванов, В. Н.** О выполнении прогнозных параметров развития отраслей деятельности потребительской кооперации за 2016 год и задачах по повышению эффективности работы в 2017 году // Вести потребит. кооп. – 2017. – 10 февраля. – С. 1–4.

3. **Регионы** Республики Беларусь. Социально-экономические показатели : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2017. – Т. 1. – 786 с.
4. **Сколько** получает и сколько тратит средняя белорусская семья // Белорусский портал TUT.BY [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://finance.tut.by/news558750.html?sub=1>. – Дата доступа : 05.09.2017.
5. **Социальное** положение и уровень жизни населения Республики Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2012. – 371 с.
6. **Социальное** положение и уровень жизни населения Республики Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2017. – 380 с.
7. **Демографический** ежегодник Республики Беларусь / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2015. – 449 с.
8. **Демографический** ежегодник Республики Беларусь / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. – Минск, 2017. – 442 с.
9. **Регионы** Республики Беларусь. Социально-экономические показатели : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2012. – Т. 1. – 702 с.
10. **Словарь** современных экономических терминов / сост. А. И. Базылева [и др.]. – Минск : Междунар. ун-т «МИТСО», 2012. – 176 с.
11. **Розничная** и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2017. – 224 с.

Получено 30.10.2017 г.