

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Розничная торговля является основной отраслью деятельности организаций потребительской кооперации. Вместе с тем удельный вес розничного товарооборота потребительской кооперации в общем товарообороте организаций торговли Республики Беларусь в последние годы снижается, что обусловлено как объективными, так субъективными факторами. В статье представлены основные направления развития торговли.

Retail trade is the main branch of the activities of the organizations of consumer cooperatives. However, the share of retail sales of consumer cooperatives in the total turnover of the Republic of Belarus trade organizations in recent years, declining, owing to both objective subjective factors. The article presents the main directions trade.

Ключевые слова: конкуренция; торговая организация; эффективность; стратегия деятельности; результаты.

Key words: competition; trade organization; efficiency; strategy of activity; results.

В условиях реализации Концепции развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы основной задачей развития торговли является повышение уровня и качества обслуживания и полное удовлетворение платежеспособного спроса пайщиков и обслуживаемого населения в товарах, приостановление тенденции снижения доли потребительской кооперации в общем объеме розничного товарооборота Республики Беларусь [1].

Торговые организации потребительской кооперации обладают огромным потенциалом развития. Вместе с тем они отличаются существенными особенностями, которые учтены при определении ключевых направлений развития торговли в потребительской кооперации.

Преимущества, отличающие торговые организации потребительской кооперации, заключаются в следующем:

- торговля обслуживает в основном сельское население;
- магазины потребительской кооперации в сельской местности являются центрами общественной жизни для многих населенных пунктов.

Вместе с тем в условиях развития конкуренции происходит вытеснение торговли потребительской кооперации.

Развитие конкуренции, сокращение численности сельского населения и относительное уменьшение его покупательной способности обусловили снижение удельного веса розничного товарооборота потребительской кооперации в товарообороте республики. В 1991 г., например, он составлял 33,5%, в 1995 г. – 20,1%, в 2005 г. – сократился до 15,3%, в 2015 г. составил 8,4%, через все каналы реализации – 6,9%, в 2016 г. – 7,19% [2].

Поэтому основной целью развития торговли в потребительской кооперации должно стать создание единых кооперативных торговых сетей, отвечающих следующим требованиям:

- единство торговой системы, основанной на объединении информационных и логистических связей, стилистических и технических решений, закупочной и торговой политики;
- коммерчески обоснованная специализация;
- наличие широкого круга лояльных покупателей, в первую очередь работников и пайщиков потребительской кооперации;
- коммерчески обоснованная специализация;
- наличие ниши для сбыта продукции кооперативного производства при соответствии ее качества соответствующим стандартам.

При развитии сетевой торговли в потребительской кооперации необходимо продолжать поддерживать и развитие иных форм торговой деятельности (создание и развитие торговли в новых формах: электронная торговля, торговля через Интернет, торговля непродовольственными товарами в кредит, по образцам и каталогам).

Для наращивания объемов товарооборота следует продолжить работу по модернизации и открытию новых торговых объектов, оснащенных современными компьютерными технологиями не только для учета движения товаров, но и денежных средств по безналичному расчету с покупателями при помощи дисконтных карт.

Существенным резервом увеличения товарооборота является совершенствование режимов работы организаций торговли за счет продления рабочего времени, отмены обеденных перерывов и выходных дней.

Для устойчивого развития кооперативных организаций необходима мобилизация внутренних резервов, эффективное хозяйствование, использование кредитов, активная работа в сфере ценообразования, обеспечение за счет этого финансовой устойчивости.

Следует сокращать расходы во всех отраслях кооперативной деятельности, особенно транспортные расходы и расходы на аренду и содержание зданий, соблюдать расчетно-платежную дисциплину, ужесточить контроль за эффективностью капитальных вложений.

Ассортиментная политика по непродовольственным товарам должна быть направлена на максимальную концентрацию расширенного ассортимента востребованных, пользующихся повышенным спросом на рынке непродовольственных товаров (включая товары легкой промышленности). Совершенствование ассортиментной политики в торговых объектах должно осуществляться за счет эффективного функционирования фирменных секций отечественных товаропроизводителей.

Исходя из основных направлений Концепции приоритетными задачами развития торговли потребительской кооперации являются:

- рост уровня удовлетворения потребительских нужд сельского населения на основе изменения структуры товарооборота в пользу качественных и доступных товаров и расширения спектра предлагаемых услуг;
- применение активных форм розничной продажи (сезонные базары, ярмарки, выставки-продажи в том числе с дегустацией товаров, продажа уцененных товаров, распродажа товаров, выезды с товаром за пределы района, области, страны);
- продажа товаров в кредит, которая способствует побуждению покупателей к совершению покупки, активизируя тем самым процесс продажи товаров;
- увеличение объема розничного товарооборота за счет ускорения оборачиваемости товаров;
- совершенствование организации труда работников, повышение его производительности, стимулирование труда, нацеленность показателей премирования на конечные результаты деятельности.

Предлагаемые мероприятия позволят:

- увеличить долю торговых объектов потребительской кооперации на потребительском рынке района, повысить уровень охвата денежных доходов обслуживаемого населения;
- стабилизировать кадровый потенциал райпо, предотвратить отток высококвалифицированных кадров, повысить квалификационный уровень специалистов;
- увеличить прибыльность торговой деятельности и ликвидировать убытки за счет увеличения объемов деятельности и снижения затрат, нарастить объемы собственных оборотных средств;
- развивать материально-техническую базу отраслей деятельности потребительской кооперации района;
- обеспечить выполнение прогнозных параметров по всем отраслям деятельности.

Высокие устойчивые темпы роста эффективности хозяйственной деятельности торговых организаций потребительской кооперации будут обеспечены в том случае, если соблюдается следующая пропорция:

$$T_{\Pi} > T_{РТО} > T_P > T_S > T_{\text{ч}},$$

где T_{Π} – темп роста прибыли от реализации, %;

$T_{РТО}$ – темп роста розничного товарооборота, %;

T_P – темп роста расходов на реализацию, %;

T_S – темп роста торговой площади, %;

$T_{\text{ч}}$ – темп роста среднесписочной численности работников, %.

Основными задачами определения резервов роста розничного товарооборота и прибыли являются:

- повышение степени охвата денежных доходов обслуживаемого населения розничным товарооборотом райпо;
- обеспечение его конкурентоспособности на региональном потребительском рынке;

- получение прибыли, необходимой для нормального социально-экономического развития;
- определение необходимой суммы товарных запасов и закупок товаров для заключения договоров с поставщиками;
- разработка основных направлений улучшения работы экономической службы райпо.

Важнейшим резервом роста доходности организаций потребительской кооперации является совершенствование структуры розничного товарооборота, увеличение в его объеме удельного веса непродовольственных товаров.

Увеличение удельного веса в структуре розничного товарооборота доли непродовольственных товаров должно достигаться за счет реализации товаров, пользующихся спросом населения: строительные материалы; одежда; электротовары; товары бытовой химии; текстиль, обувь; мебель.

Кроме того, увеличению доходов торговых организаций будет способствовать наращивание объемов розничного товарооборота (внедрение прогрессивных форм торговли, расширение ассортимента реализуемых товаров, обеспечение устойчивого ассортимента товаров, эффективное использование материально-технической базы, совершенствование путей и звенности товародвижения); оптимизация структуры розничного товарооборота (увеличение удельного веса реализации непродовольственных товаров, увеличение объема реализации в кредит, создание ассортиментной матрицы для каждого магазина, реконструкция магазинов, внедрение прогрессивных методов обслуживания, использование автомагазинов).

Важнейшим резервом экономии расходов на реализацию товаров является ускорение товарооборачиваемости. Данный фактор влияет на целый ряд расходов, связанных с содержанием товарных запасов.

Практическая реализация резервов экономии расходов на реализацию товаров во многом зависит от хозяйственной деятельности экономической и коммерческой служб торговых организаций. Роль этих подразделений в осуществлении режима экономии заключается в следующем:

- усилении контроля за эффективностью использования транспортных средств организаций и выбором их наиболее экономически выгодных видов;
- дальнейшей механизации и автоматизации торгово-технологических процессов.

Исходя из целей Концепции, перед торговой отраслью Белкоопсоза до 2020 г. ставятся следующие задачи:

- дальнейшее развитие и оптимизация товаропроизводящей инфраструктуры торговли для обеспечения ее максимальной эффективности;
- стимулирование развития торговли в райцентрах;
- обеспечение условий для дальнейшего поступательного развития торговли в сельской местности;
- совершенствование традиционных форматов торговли, а также дистанционной торговли;
- улучшение имиджа торговой отрасли потребительской кооперации.

Стратегическими направлениями развития торговой отрасли до 2020 г. будут являться:

- проведение взвешенной оптимизации (сокращение) торговой сети в малых населенных пунктах сельской местности с численностью жителей менее 100 человек, организация их обслуживания современными автомагазинами не менее 3 раз в неделю;
- насыщение потребительского рынка товарными ресурсами преимущественно отечественных производителей;
- автоматизация торговых процессов на основе построения единой информационной системы с поэтапной интеграцией в нее всей товаропроводящей сети;
- 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;
- популяризация ярмарочной торговли;
- разработка программ лояльности покупателей, введение единой карты пайщика, действующей на всей территории республики и предоставляющей право на получение скидки во всех компьютеризированных объектах потребительской кооперации;
- организация работы современных рынков;

- внедрение категорийного менеджмента в управлении товарными ресурсами от закупки до реализации;
- расширение ассортимента и увеличение количества товаров, реализуемых под собственной маркой.

Данные направления позволят, на наш взгляд, повысить эффективность торговой деятельности организаций потребительской кооперации.

Список использованной литературы

1. **Об утверждении** Концепции развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы : постановление Правления Белкоопсоюза от 29 февраля 2016 г. № 47. – Минск : Белкоопсоюз, 2016. – 27 с.

2. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 1991; 1995; 2005; 2015 годы : стат. сб. – Минск : Белкоопсоюз, 1991; 1995; 2005; 2015. – 75 с.