

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРУКТУРЫ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА КООПЕРАТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ

В статье рассматриваются направления совершенствования структуры розничного товарооборота организаций потребительской кооперации в условиях возрастания конкуренции.

In article the directions of improvement of structure of retail commodity turnover of the organizations of consumer cooperation in the conditions of competition increase are considered.

Ключевые слова: структура розничного товарооборота; потребительская кооперация; ассортиментная политика.

Key words: structure of retail commodity turnover; consumer cooperation; assortment policy.

Структуру розничного товарооборота можно изучать с разной степенью детализации:

1. Макроструктура предусматривает деление товаров на пищевые продукты и непродовольственные товары.

2. Товарно-групповая структура отражает деление товаров по назначению, производственному происхождению (свежие фрукты и орехи, свежие овощи и грибы, мясо и мясные товары, рыба, ракообразные и моллюски и др.).

3. Товарно-ассортиментная структура отражает соотношение отдельных видов товаров, входящих в определенную группу (алкогольные напитки: вино, водка, коньяк, пиво, ликеры, слабоалкогольные напитки; мясо и мясные товары: мясо и птица, колбасные изделия и т. д.).

4. Микроструктура отражает удельный вес конкретного товара в объеме реализации данного ассортимента (мясо и птица: говядина, свинина, птица; обувь: зимняя, летняя, демисезонная). Необходимо также изучать структуру по товарным категориям (совокупности объединенных общим признаком товаров, которые целевые группы покупателей считают схожими по предназначению или употребляемыми по одному и тому же поводу).

Исследование микроструктуры розничного товарооборота предполагает наличие и использование современных торговых систем с использованием единых общесистемных справочников (товарных карточек, поставщиков, клиентов, единиц измерений и т. д.), наличие количественно-суммового учета товарных запасов и объемов реализации товаров.

В Республике Беларусь в 2018 г. в структуре розничного товарооборота удельный вес пищевых продуктов, включая напитки и табачные изделия, составил 48,9% и по сравнению с 2017 г. уменьшился на 1,8%, по сравнению с 2010 г. – уменьшился на 1,9% [1].

В структуре розничного товарооборота организаций потребительской кооперации традиционно высокий удельный вес занимают пищевые продукты. К примеру, в 2018 г. в розничном

товарообороте Гомельского филиала Гомельского областного потребительского общества (облпо) они составляли 91,94 %, Житковичского райпо – 90,23%.

В таблице 1 представлены отдельные товарные группы в порядке убывания их удельного веса в розничном товарообороте по пищевым продуктам за 2018 г. по Гомельскому филиалу Гомельского облпо. В топ-3 по пищевым продуктам неизменно входят алкогольные напитки, мясо и мясные товары, табачные изделия. Хлебобулочные и мучные кондитерские изделия входят в топ-5 товарных позиций с наибольшим удельным весом в товарообороте. Явно прослеживается тренд возрастания вклада молочных продуктов и рыбы в формирование розничного товарооборота и снижения вклада сахаристых кондитерских изделия и безалкогольных напитков.

Таблица 1 – Вклад отдельных товарных групп в формирование товарооборота по пищевым продуктам Гомельского филиала Гомельского облпо за 2016–2018 гг.

Товарные группы	Удельный вес в товарообороте, %			Удельный вес в товарообороте нарастающим итогом, %		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Алкогольные напитки	30,77	28,51	26,76	30,77	28,51	26,76
Мясо и мясные продукты	18,42	19,06	22,61	49,19	47,57	49,37
Табачные изделия	7,59	7,56	8,41	56,78	55,13	57,78
Молочные продукты	5,06	5,67	7,44	61,84	60,80	65,22
Хлебобулочные и мучные кондитерские изделия	7,00	6,59	6,87	68,84	67,39	72,09
Рыба, ракообразные и моллюски	4,03	4,38	4,65	72,87	71,77	76,74
Сахаристые кондитерские изделия	5,49	6,60	4,54	78,36	78,37	81,28
Безалкогольные напитки	4,26	3,33	3,28	82,62	81,70	84,56
Примечание – Источник: собственная разработка.						

Схожие топовые товарные группы по реализации пищевых продуктов и в Житковичском райпо (таблица 2). Более низкую рейтинговую позицию рыбы можно объяснить особенностями района с наличием нескольких рыбхозов, осуществляющих торговлю живой рыбой и составляющих заметную конкуренцию системе потребительской кооперации в данном регионе.

Таблица 2 – Вклад отдельных товарных групп в формирование товарооборота по пищевым продуктам Житковичского райпо за 2018 г.

Товарные группы	Удельный вес в товарообороте по пищевым продуктам, %	Удельный вес в товарообороте по пищевым продуктам нарастающим итогом, %
Алкогольные напитки	32,47	32,47
Мясо и мясные продукты	15,31	47,78
Молочные продукты	13,60	61,38
Хлебобулочные и мучные кондитерские изделия	11,43	72,81
Табачные изделия	4,29	77,10
Безалкогольные напитки	3,77	80,87
Сахаристые кондитерские изделия	2,86	83,73
Рыба, ракообразные и моллюски	2,29	86,02
Примечание – Источник: собственная разработка.		

По непродуктивным товарам в 2018 г. в топовые товарные группы по Гомельскому филиалу вошли стройматериалы, одежда, парфюмерно-косметическая продукция, бытовая химия, электроинструменты, бытовая утварь (таблица 3).

Наблюдается тенденция сужения ключевых позиций ассортимента непродуктивных товаров, поскольку в 2018 г. три товарные группы (строительные материалы, одежда, парфюмерно-косметическая продукция) обеспечивали половину розничного товарооборота непродуктивных товаров по Гомельскому филиалу.

Таблица 3 – Вклад отдельных товарных групп в формирование товарооборота по непродовольственным товарам Гомельского филиала Гомельского областного потребительского общества за 2016–2018 гг.

Товарные группы	Удельный вес в товарообороте, %			Удельный вес в товарообороте нарастающим итогом, %		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Строительные материалы	8,28	19,88	24,09	8,28	19,88	24,09
Одежда	8,42	13,77	13,59	16,70	33,65	37,68
Парфюмерно-косметическая продукция	2,74	6,57	12,30	19,44	40,22	49,98
Бытовая мебель	3,49	5,86	6,66	22,93	46,08	56,64
Чистящие и прочие средства бытовой химии	6,43	6,35	6,03	29,36	52,43	62,67
Электробытовые приборы и инструменты	8,30	5,68	5,51	37,66	58,11	68,18
Бытовая утварь	10,0	5,73	5,45	47,66	63,84	73,63
Неподержанные непродовольственные товары, не включенные в другие группировки	8,21	6,44	5,21	55,87	70,28	78,84
Ткани, пряжа, прочие текстильные товары	5,56	4,69	4,76	61,43	74,97	83,60
Примечание – Источник: собственная разработка.						

В Житковичском райпо топовые позиции по реализации непродовольственных товаров несколько другие, а ассортимент более размытый (таблица 4).

Таблица 4 – Вклад отдельных товарных групп в формирование товарооборота по непродовольственным товарам Житковичского райпо за 2018 г.

Товарные группы	Удельный вес в товарообороте по непродовольственным товарам, %	Удельный вес в товарообороте по непродовольственным товарам нарастающим итогом, %
Одежда	20,51	20,51
Прочие непродовольственные товары, не включенные в другие группировки	14,21	34,72
Строительные материалы	11,47	46,19
Ткани, пряжи, прочие текстильные изделия	6,45	52,64
Бытовая утварь	5,01	57,65
Бумага и канцелярские товары	4,67	62,32
Парфюмерно-косметическая продукция	4,63	66,95
Обувь	4,60	71,55
Бытовая мебель	4,30	75,85
Чистящие и прочие средства бытовой химии	3,78	79,63
Электробытовые приборы и инструменты	2,66	82,29
Примечание – Источник: собственная разработка.		

В качестве ключевых направлений проведения работы по оптимизации структуры розничного товарооборота организациями потребительской кооперации должны рассматриваться, на наш взгляд, следующие направления:

1. Расширение и обновление внутригруппового ассортимента товаров группы А по результатам ABC-анализа.
2. Совершенствование ассортиментной политики.
3. Исключение из продажи нерентабельных товарных групп, сокращение по ним товарных запасов.
4. Совершенствование ассортимента товаров, предлагаемых для реализации по акциям.
5. Обеспечение соответствия объема закупаемых товаров сложившемуся спросу.
6. Улучшение работы по информированию потребителей и обеспечению обратной связи.
7. Улучшение представления товаров в магазинах.

Рассмотрим некоторые из этих направлений на примере Гомельского филиала Гомельского облпо.

По результатам ABC-анализа пищевых продуктов Гомельского филиала 26,76% в розничном товарообороте по пищевым продуктам и 24,6% в общем розничном товарообороте филиала занимают алкогольные напитки. Это, прежде всего, водка (56% продаж по группе), вино (25,6% продаж по группе) и пиво (15,5%). Важно обеспечить постоянное наличие в магазинах востребованного ассортимента данных алкогольных напитков.

Второй по значимости товарной группой для Гомельского филиала является мясо и мясные товары: в 2018 г. – 22,61% в розничном товарообороте по пищевым продуктам, 20,79% – в общем розничном товарообороте. Мясо и птица занимают в обороте по товарной группе 45%, колбасные изделия – 55%. Для обеспечения мясным сырьем и его переработки целесообразно использовать заготовительную отрасль и отрасль общественного питания Гомельского филиала. Необходимо расширять ассортимент и количество магазинов, торгующих охлажденным мясом, фаршем, пельменями, голубцами и другой востребованной мясной продукцией; по колбасным изделиям – расширять ассортимент и рекламу продукции из мяса по национальным рецептам.

Табачные изделия составляют 8,41% розничного товарооборота по пищевым продуктам и 7,73% общего розничного товарооборота филиала. Следует обеспечить постоянное наличие в магазинах широкого ассортимента сигарет, организацию бесперебойной торговли импортными сигаретами в центральных усадьбах хозяйств.

По молочным продуктам в целом по Республике Беларусь наблюдается устойчивый рост доли этой товарной группы в розничном товарообороте (5,7% в общем розничном товарообороте страны и 11,2% в розничном товарообороте по пищевым продуктам) [1].

В Гомельском филиале в последние годы проявилась такая же тенденция роста удельного веса молочных продуктов в розничном товарообороте. По данной товарной группе 26% продаж обеспечивается за счет продажи сыра. Представляется целесообразным поддержать тренд возрастания спроса на молочную продукцию наличием широкого внутригруппового ассортимента в магазинах, в том числе востребованного ассортимента сыров, например, расположенного на территории Гомельской области ОАО «Туровский молочный комбинат».

При организации торговли хлебобулочными и мучными кондитерскими изделиями, реализация которых в 2018 г. составила 6,31% в общем розничном товарообороте филиала, 6,87% – в розничном товарообороте по пищевым продуктам, следует учитывать, если ли у торговых объектов филиала конкуренты в данном населенном пункте. Если таковые имеются, то целесообразно изменить частоту завоза хлеба и график завоза, расширять ассортимент завозимых хлебобулочных изделий. Можно использовать для выкладки хлеба производимые заводом «Белкооппрогресс» Белкоопсоюза специализированные торговые горки с нанесенным на них рекламным логотипом.

Реализация рыбы составила в общем розничном товарообороте Гомельского филиала 4,28% и 4,65% в розничном товарообороте по пищевым продуктам. В 2018 г. 52% реализации по данной товарной группе обеспечивалось продажей рыбных консервов, 48% – продажей рыбы свежей и свежемороженой. Поскольку проявился тренд возрастания спроса на данную продукцию, целесообразно расширять ассортимент, организовать торговлю свежемороженой рыбной продукцией, полуфабрикатами из рыбы и морепродуктов.

В качестве одного из важных направлений оптимизации розничного товарооборота организаций потребительской кооперации мы рассматриваем совершенствование ассортиментной политики. К примеру, среди непродовольственных товаров в Гомельском филиале стройматериалы занимают первую позицию по доле в розничном товарообороте. В 2018 г. они составили 1,94% в общем розничном товарообороте филиала и 24,1% – в обороте по непродовольственным товарам. В структуре продажи стройматериалов 19,7% составляют замочные, скобяные товары и ручной инструмент, 21,7% – лакокрасочные материалы, 58,6% – прочие стройматериалы. Однако в 2018 г. проявился тренд падения спроса в целом по группе на 19,4%, в том числе снижения продажи лакокрасочных материалов и прочих стройматериалов. Это обусловлено возрастанием конкуренции по лакокрасочной продукции, кирпичу, строительным смесям со стороны индивидуальных предпринимателей и крупных торговых объектов г. Гомеля («ОМА», строймаркет «KSK» и др.). А вот продажа замочной продукции и ручного инструмента выросла на 40%. Гомельскому филиалу нужно сосредоточиться на нише продаж замочной продукции, скобяных товаров и ручного инструмента как более перспективной.

Товарная группа «Одежда» занимает 1,10% в общем розничном товарообороте филиала и 13,59% – в розничном товарообороте по непродовольственным товарам. На 01.01.2019 г. товарные запасы по данной товарной группе составляли 68,5 тыс. р., из которых 50,6% составляли товарные запасы по одежде трикотажной. Средняя товарооборачиваемость по одежде в 2018 г. – 75,8 дней, товарооборачиваемость по трикотажной одежде – 145 дней. Мы предлагаем отказаться от торговли трикотажем, сосредоточиться на тех ассортиментных позициях, которые пользуются спросом (чулочно-носочные изделия, нижнее белье).

Считаем также целесообразным развивать в Гомельском филиале торговлю парфюмерно-косметической продукцией в связи с проявившимся трендом роста объема товарооборота по группе на 24,6% по сравнению с 2017 г., роста ее доли в товарообороте и довольно быстрой оборачиваемостью (13 дней).

Третье важное направление – это исключение из продажи нерентабельных товарных групп, сокращение товарных запасов по ним за счет перераспределения товаров между магазинами, реализации товаров с уценкой.

К примеру, по товарной группе «Портьеры и тюлевые занавески» в 2017 г. розничный товарооборот составил 90,9 тыс. р., а товарные запасы на 01.01.2018 г. – 44,4 тыс. р. В 2018 г. розничный товарооборот снизился более чем вдвое и составил 45 тыс. р., а товарные запасы на 01.01.2019 г. уменьшились всего на 25% и составили 33,4 тыс. р. Удельный вес данной товарной группы в общем розничном товарообороте Гомельского филиала в 2018 г. незначительный, всего 0,14%, медленная товарооборачиваемость – 311,2 дня. По данной товарной группе наблюдается развитая конкуренция со стороны индивидуальных предпринимателей, предлагающих более широкий ассортимент и более низкие цены. Целесообразно отказаться от продажи товаров данной товарной группы, организовать распродажу по приемлемым ценам товарных запасов для высвобождения оборотных средств.

По осветительному оборудованию товарные запасы на начало 2019 г. составляли 20 900 р. при однодневном товарообороте всего 64,70 р., имеется запасов на 323 дня торговли. Целесообразно разместить информацию на специальных сайтах Интернета с рекламой возможности покупки товара другими дистрибьюторами с целью продажи отдельных наименований излишних запасов по цене, близкой к закупочной стоимости.

Важным представляется также совершенствование ассортимента товаров, предлагаемых унитарным предприятием «Белкоопвнешторг Белкоопсоюза» для реализации по акциям. Это должны быть товары с устойчивым спросом у сельского населения, например, растительное масло. Так, в Гомельском филиале в 2017 г. удельный вес растительного масла в реализации по группе «пищевые масла и жиры» составил 49,5%, в 2018 г. – 57,1%. Было бы справедливо, если бы районные организации потребительской кооперации получали от унитарного предприятия «Белкоопвнешторг Белкоопсоюза» скидку на такие товары за совместные акции продвижения.

Для обеспечения соответствия объема закупаемых товаров сложившемуся спросу в организациях потребительской кооперации важно обеспечить: постоянное изучение текущей конъюнктуры рынка с целью оперативного реагирования на ее изменение; более широкое внедрение современных компьютерных систем; совершенствование критериев выбора поставщиков товаров; проведение с работниками тренингов по обучению современной технике продаж; выборочный контроль отдельных закупок товаров; сокращение размера премии в случае существенного превышения объема приобретенных товаров спросу.

Мы неоднократно писали о необходимости обеспечения устойчивой обратной связи с потребителями [2], наполнения контента сайтов организаций потребительской кооперации, использования социальных сервисов [3; 4], поскольку организации потребительской кооперации, на наш взгляд, слабо конкурируют с другими субъектами хозяйствования в части информирования потенциальных потребителей об оказываемых услугах с использованием современных информационных технологий.

Оптимизации структуры розничного товарооборота могут способствовать также современные приемы мерчандайзинга, выделение каждой товарной группе торговой площади в соответствии с ее вкладом в получение розничного товарооборота.

Список использованной литературы

1. **Официальный** сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/vnytrennia-torgovlya/roznichnaya-torgovlya/godovye-dannye/roznichnaya-torgovlya/tovarnaya-struktura-roznichnogo-tovarooborota/>. – Дата доступа : 16.06.2019.

2. **Емельянова, Т. В.** О совершенствовании программ лояльности и информирования покупателей в розничной торговле / Т. В. Емельянова, Л. Т. Снитко // Потребит. кооп. – 2017. – № 3 (58). – С. 21–27.

3. **Емельянова, Т. В.** Использование СМС-рассылки в системе информирования потребителей в розничной торговле // Проблемы и перспективы электронного бизнеса : сб. науч. статей междунар. научно-практ. конф. / редкол.: С. Н. Лебедева [и др.] ; под науч. ред. д-ра техн.

наук, профессора А. Н. Семенюты. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2017. – С. 31–35.

4. **Емельянова, Т. В.** О PUSH-уведомлениях и их использовании в розничной торговле / Т. В. Емельянова, Л. Т. Снитко // Коммерция, логистика и маркетинг в инновационной экономике: научная дискуссия [Электронный ресурс] : сб. науч. ст. междунар. научно-практ. интернет-конф., Гомель, 25 октября 2018 г. / редкол.: С. Н. Лебедева [и др.] ; под науч. ред. канд. экон. наук, доцента О. В. Пигуновой. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2018. – 1 электрон. опт. диск (CD-R). – Загл. с экрана. – С. 167–171.