

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СТРУКТУР В БЕЛАРУСИ

В данной статье рассматривается развитие за последние годы в Беларуси объектов торговли различных хозяйствующих структур.

This article examines the development of trade objects of various economic structures in Belarus in recent years.

Ключевые слова: торговые объекты; розничная торговля; форматы розничной торговли; сетевые торговые структуры; развозная торговля; розничный товароборот; спрос населения; тенденции развития розничной торговли.

Key words: retail facilities; retail trade; retail trade formats; chain trade structures; distribution trade; retail turnover; population demand; retail trade development trends.

Розничная торговля в настоящее время представляет собой крупную отрасль народного хозяйства (второе место по уровню занятости), посредством которой товары не только доходят до конечных потребителей, но и оказывает активное влияние на объем и структуру производства товаров, улучшение ассортимента и повышение их качества, что способствует наиболее полному удовлетворению спроса населения.

В настоящее время розничная торговля Республики Беларусь претерпевает кардинальные изменения, влекущие за собой как количественные, так и качественные трансформации. Эти изменения связаны, прежде всего, с сокращением неорганизованной торговли, масштабным развитием торговых сетей, обострением конкуренции между розничными торговыми организациями. Формирование системы торговых организаций различных видов, типов и форматов является закономерным процессом и нацелено на создание полноценной социально ориентированной рыночной среды. Основной тенденцией развития розничной торговли должно стать ее динамичное развитие и увеличение доли отрасли в ВВП.

В предыдущие 3 года объем розничного товарооборота торговли Республики Беларусь через все каналы реализации товаров населению в сопоставимых ценах несколько сокращался. При этом такое снижение товарооборота несколько отставало от темпов падения реальных денежных доходов населения (в частности, за 2018 г. они сократились на 7,3% в сравнении с 2017 г.). Сказанное обусловлено частичным расходом населением имеющихся у него сбережений [1].

Увеличение доли продаж продовольственных товаров в различные периоды той или иной страны – косвенный индикатор снижения уровня жизни населения. В последние годы доля непродовольственных товаров в розничном товарообороте Республики Беларусь доминировала только в г. Минске, что свидетельствует о существенно более низком уровне жизни и доходов населения в других регионах страны.

При этом, если доля отечественных продовольственных товаров в розничном товарообороте Беларуси остается стабильно высокой, то доля отечественных непродовольственных товаров постоянно сокращается. Такое происходит, несмотря на определенные ограничения со стороны государства на реализацию импортных товаров индивидуальными предпринимателями, приобретение импортных товаров государственными организациями, покупку их населением по почте (интернет-торговля), а также различные программы импортозамещения и призывы покупать белорусскую продукцию [1].

Важно также учитывать, что конкурентоспособность современных торговых форматов, таких как дискаунтер, гипермаркет, а в некоторых случаях и «магазин у дома» значительно выше традиционных форматов. И если мелкий бизнес, проявляя гибкость, способен находить новые ниши и оставаться в целом прибыльным, то средние по размерам торговые организации в первую очередь будут поглощены крупными сетевыми игроками. Во всех этих процессах Пра-

вительство страны беспокоит и постоянное снижение доли рынка у государственной торговли и организаций потребительской кооперации.

Существует необходимость достижения прогнозных показателей по обеспеченности торговыми площадями населения, а без инвестиций со стороны крупного торгового бизнеса это невозможно. Вместе с тем политика стимулирования развития крупных торговых сетей приведет к концентрации товарооборота у незначительного количества игроков, что может стать причиной низкой конкуренции, а в некоторых регионах привести к монополизации розничной торговли. Кроме того, такая политика будет способствовать снижению доли рынка у государственной торговли и организаций потребительской кооперации. Также укрупнение торгового бизнеса приведет к сокращению занятости в данной отрасли, что может в некоторой степени спровоцировать социальные конфликты, особенно в небольших городах. Таким образом, Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь должно будет разрешить эту проблемную ситуацию.

Неизбежный рост в ближайшей перспективе благосостояния населения повлечет ряд структурных преобразований, в первую очередь смещение потребительского спроса в сторону непродовольственных товаров. Увеличится потребление сложнobyтовой техники, мебели, теле-, радиотоваров, строительных материалов, одежды и обуви, товаров для спорта и отдыха, ювелирных изделий и других.

Улучшится также структура питания населения за счет увеличения потребления на душу населения более ценных в биологическом отношении продуктов (овощей, фруктов, ягод, рыбы и рыбопродуктов и других важных продуктов).

Торговая сеть страны будет расширяться за счет реконструкции, а также строительства торговых объектов по следующим основным направлениям:

- укрупнение размеров магазинов за счет строительства и открытия гипер- и супермаркетов и торговых центров, формирование крупных розничных торговых структур, работающих по технологии торговых сетей;

- размещение в жилых кварталах городов магазинов шаговой доступности, применение понижающих коэффициентов к ставкам арендной платы при использовании под объекты торговли нежилых помещений первых этажей зданий [2, с. 40].

В зонах размещения торговых объектов предусматривается приоритетное выделение земельных участков для организации достаточного количества парковочных мест.

В крупных городах будут дальше развиваться торгово-развлекательные комплексы, включающие, кроме магазинов, ресторанов и кафе, также объекты службы быта, проката, проведения досуга, кинотеатры, отели, спортивные, культурные и другие объекты [2, с. 41].

Получит дальнейшее развитие сетевой принцип организации торговли, будут привлекаться крупные компании, занимающиеся созданием и эксплуатацией торговых сетей. Предполагается появление и развитие международных розничных сетей. В целях недопущения завоевания ими большей части рынка и защиты национальных торговых сетей необходимо принятие мер по антимонопольному регулированию розничной торговли. Одним из путей снижения влияния международных сетей должно стать развитие отечественных сетей, в том числе за счет слияния и поглощения мелких торговых организаций, в частности за счет франшизы.

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).

Развитие фирменной торговли 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 («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 [2, с. 48].

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 торговли с предоставлением определенных льгот.

Наряду с магазинными формами торговли, предполагается дальнейшее развитие и других форм розничной торговли. Широкое распространение получит дистанционная торговля, в том числе через интернет-магазины, с предоставлением возможности заключения договора розничной купли-продажи иными способами (телемагазины, по каталогам, почте и др.), что объясняется преимуществами таких форм торговли: более широкий ассортимент, потребителям удобно выбирать товар дома, отсутствие у продавцов затрат на аренду торговых площадей и другое, что позволяет применять более низкие цены.

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

Еще одной тенденцией развития розничной торговли должно стать использование продавцами собственных торговых марок. Для развития этого направления прежде всего необходимо взаимовыгодное сотрудничество с отечественными товаропроизводителями, в том числе в части лицензионного производства товаров известных брендов.

Предполагается также широкое развитие дополнительных видов торговых, бытовых и иных услуг населению в магазинах и в торговых центрах с торговой площадью свыше 1000 м² (услуги парикмахерских; граверные работы, подгонка и ремонт одежды; химчистка; подключение и ремонт сотовых телефонов; доставка продуктов, цветов и подарков на дом и целый ряд других услуг).

Глобализация мирового рынка товаров и услуг, сопровождаемая слияниями и поглощениями хозяйствующих субъектов в различных секторах экономики, обусловила развитие новых форм организации торгового бизнеса. В последние годы в крупных городах Республики Беларусь активизировался процесс внедрения в торговую инфраструктуру сетевого формата. Как известно, на потребительском рынке уже успешно функционируют такие торговые сети, как «Евроопт», «Алми», «Рублевский», «Соседи», «Виталюр», «Белмаркет Компани».

Основными направлениями развития и укрепления торговых сетей становится установление прямых контактов с производителями товаров и усиление влияния на них, диверсификация форматов торговли, покупка собственных торговых марок. Использование собственных торговых марок дает розничным сетям существенные преимущества за счет снижения издержек обращения и цен на товары, а также оптимизации и стабилизации системы поставок товаров.

Однако следует учитывать, что развитие крупных розничных торговых сетей имеет неоднозначный характер. С одной стороны, формирование сетей с мощными финансовыми, материальными и техническими ресурсами позволяет внедрить современные системы работы с поставщиками и покупателями, повысить степень централизации функций логистики и дистрибуции, упорядочить работу с поставщиками, существенно повысить качество обслуживания покупателей, расширить ассортимент реализуемых товаров.

С другой стороны, их укрепление приводит к монополизации потребительского рынка, к навязыванию условий как производителям, так и потребителям, к сокращению числа независимых оптовых продавцов, одновременному закрытию большого количества более мелких самостоятельных торговых структур и другим явлениям.

Анализ нынешнего состояния розничной торговли Республики Беларусь и изучение зарубежного опыта позволяют сделать вывод о необходимости определенного государственного регулирования сферы торговли. Стратегической целью государственного регулирования торговли должно стать создание необходимых условий, при которых можно своевременно контролировать насыщение внутреннего потребительского рынка и его стратегическую безопасность.

При этом роль государства в регулировании розничной торговли сводится в основном к следующему: осуществление законодательной функции: выработка стратегии развития розничной торговли, программы ее реализации, создание необходимых законодательных актов; установление необходимых требований для всех участников рынка розничной торговли; контроль за безопасностью рынка: регистрация и контроль за входом на рынок, надзор за состоянием розничных торговых организаций; создание системы необходимой информации о состоянии торговли и обеспечение ее открытости; обеспечение соблюдения и защиты прав потребителей

[2, с. 31]. Система государственного регулирования розничной торговли должна обеспечивать выполнение аналитических, информационных, координирующих функций, а также функций по поддержке предпринимательства, защите прав потребителей и других.

Учитывая исторически сложившиеся особенности населенных пунктов Беларуси, определенное внимание при формировании необходимой розничной торговой сети должно уделяться развозной торговле. Она используется для обслуживания жителей небольших и малонаселенных пунктов, не имеющих стационарных торговых объектов, и является в них основной формой торговли. Такой вид торговли максимально приближает товары к потребителям и позволяет совершить покупки с минимальными затратами времени. Передвижную торговлю осуществляют в настоящее время автомагазины, а также передвижные предприятия почтовой связи и некоторые другие передвижные объекты. До недавних пор такую торговлю на селе, как известно, осуществляла преимущественно система Белкоопсоюза. При этом в силу социальной направленности кооперативной торговли многие ее торговые организации объективно являлись убыточными.

В деятельности потребительской кооперации можно выделить сдерживающие факторы: низкая покупательная способность сельского населения; устаревшая материально-техническая база; отсутствие единой стратегии развития потребительской кооперации в Республике Беларусь; ограниченный ассортимент реализуемых товаров; уменьшение спроса на продукцию и услуги общественного питания в связи с низкой покупательской способностью обслуживаемого населения и ростом цен [3, с. 28].

В силу указанных и других факторов, в основном объективного характера, в последние годы происходит снижение розничного товарооборота потребкооперации Беларуси и снижение числа ее розничных торговых объектов (в том числе и за счет появления конкурентов

В конечном счете все рассмотренные процессы приводят к росту в сельской местности и некоторых других местностях доли торговых объектов неорганизованного рынка. И хотя эти структуры в основном регистрируются, данный сектор торговли с большой долей условности можно отнести к неорганизованному, т. е. не в полной мере контролируемому соответствующими государственными институтами.

Список использованной литературы

1. **Характеристика** потребительского рынка – январь–июнь 2019 г. Розничная торговля: портал Менка [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.menka.by/about/o-menka>, свободный. – Дата доступа : 20.01.2021.

2. **Помаз, И. В.** Маркетинговые коммуникации : курс лекций для студентов специальности «Маркетинг» / И. В. Помаз, С. А. Шингирей. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2012. – 140 с.

3. **Петухова, Н. Г.** Развитие торговой инфраструктуры как фактора повышения торгового обслуживания персонала / Н. Г. Петухова, Н. А. Савостенко, И. Б. Юркова // Потребительская кооперация. – 2014. – № 2. – С. 22–30.