

О. В. Чернова

Научный руководитель

С. А. Дещеня

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

О ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАПРАВЛЕНИЯХ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В потребительской кооперации Беларуси постоянно проводится целенаправленная работа по развитию кооперативной системы, повышению эффективности функционирования отраслей и качества обслуживания населения. Кооператоры реализуют целый комплекс услуг в каждом регионе, активно участвуя в сохранении и развитии инфраструктуры сельских территорий, чтобы сохранить действующую торговую сеть в селах с небольшим количеством жителей, что немаловажно в настоящее время.

Одной из ключевых проблем, с которой сталкивается потребительская кооперация в ходе организации торгового обслуживания населения, является относительно низкая покупательная способность сельских жителей. Специфичность спроса данной группы заключается в ограниченности и замедленных темпах роста ее покупательных фондов (в отличие от динамики доходов городского населения) [1, с. 2–3]. Кроме того, наблюдается тенденция к усилению конкуренции на рынке товаров и услуг, вынуждающая организации потребительской кооперации постоянно совершенствовать формы и методы торгового обслуживания населения. Только в 2020 г. в стране общее количество магазинов увеличилось на 5,5 тысяч единиц, однако товарооборот при этом через все каналы реализации увеличился лишь на 1,8%, что указывает по сути на перераспределение потенциала рынка между участниками [2, с. 4].

Значительно смягчить натиск конкурентной борьбы позволит оптимизация организационной структуры управления в системе потребительской кооперации. Сильные филиалы областных потребительских обществ должны стать центрами, способствующими динамическому развитию кооперативной торговли в прилегающих районах, где были утрачены конкурентные позиции.

В 2021 г. Правление Белкоопсоюза предлагает всем регионам заняться модернизацией передвижной сети, оснатив ее GPS-трекерами. В целом планируется обновить парк автомагазинов примерно на треть, что позволит более эффективно обслуживать 380 тысяч сельского населения. Также перспективным является развитие во всех регионах мелкооптовой торговли под брендом «МЕГАопт». В настоящее время мелкооптовые магазины созданы пока только в Брестской, Гомельской и Могилевской областях. Продолжится работа по развитию интернет-магазинов и дальнейшей автоматизации объектов торговли путем подключения их к единому программному обеспечению [2, с. 4].

Перспективными направлениями в осуществлении стимулирования продаж в розничной торговле потребительской кооперации являются применение различных дисконтных карт и бонусных программ; проведение промо-акций; использование специальных мобильных приложений для целей стимулирования продаж; создание стандартов, которые помогут сделать кооперативную торговлю наиболее привлекательной для покупателей.

Стратегическая цель деятельности торговой отрасли потребительской кооперации на современном этапе – непрерывное совершенствование в различных направлениях, и достижение этой цели позволит не только удержать конкурентные позиции на рынке, но и достичь новых успехов.

Список использованной литературы

1. **Ефименко, В. А.** Сделано не мало, но не меньше предстоит: анализ результатов Белкоопсоюза / В. А. Ефименко // Вести потребкооперации. – 2020. – № 17. – С. 2–3.
2. **Парфенович, О.** Качество, инновации, мобильность / О. Парфенович, А. Балыш // Вести потребкооперации. – 2020. – № 9. – С. 4–5.