

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ

*Шаповалова А. С., студ., Радюк А. Н., к.т.н., доц., Шеремет Е. А., к.т.н., доц.
Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В работе представлены основные направления развития розничной торговой сети, включающие многоформатное развитие торговых сетей, цифровизацию торговли, ориентацию на локального производителя и развитие СТМ, развитие торговли в регионах, экологизацию розничной торговли и государственное регулирование. Также представлены перспективные направления развития.

Ключевые слова: размещение, принципы мерчандайзинга, выкладка товара, визуальное оформление.

На современном этапе развития экономики Республики Беларусь розничная торговля играет ключевую роль в обеспечении жизнедеятельности общества. Она не только удовлетворяет потребности населения в товарах повседневного спроса, но и стимулирует развитие смежных отраслей экономики, способствует занятости и формированию бюджетных доходов. В условиях глобальных вызовов – экономических санкций, нестабильности поставок, изменений в структуре потребления – розничная торговая сеть Республики Беларусь претерпевает серьёзные изменения, направленные на повышение устойчивости, эффективности и адаптивности к новым реалиям.

Развитие розничной торговли сегодня определяется несколькими основными направлениями: диверсификацией форматов торговли, цифровизацией процессов, развитием локального производства, изменением покупательских предпочтений, экологизацией и усилением роли государственного регулирования.

Одной из заметных тенденций в развитии розничной торговли является активное формирование многоформатной торговой инфраструктуры. Помимо традиционных супермаркетов, на рынке всё больше представлены:

- Магазины у дома – небольшие торговые точки, ориентированные на быстрое удовлетворение повседневных нужд населения.
- Дискаунтеры – магазины с ограниченным ассортиментом и минимальной выкладкой, предлагающие товары по максимально низким ценам (например, магазины формата «Хит!» от «Евроторга»).
- Гипермаркеты – крупные торговые объекты, позволяющие покупателям совершать крупные закупки товаров различных категорий.
- Специализированные магазины – узкоориентированные точки, сфокусированные на определённых группах товаров (электроника, детские товары, товары для дома).

В условиях экономической неопределённости спрос на крупные гипермаркеты снижается, тогда как наибольшую популярность приобретают магазины шаговой доступности и дискаунтеры, что связано с изменением модели потребления: люди стремятся тратить меньше времени на покупки и рационально подходить к расходам.

Кроме того, на белорусском рынке происходит укрупнение торговых сетей – крупные игроки продолжают расширяться через поглощение локальных операторов и развитие франчайзинговых форматов.

Одним из важнейших трендов является цифровизация розничной торговли. Белорусские торговые сети активно внедряют:

- системы автоматизированного учёта товаров и электронного документооборота;
- онлайн-платформы для заказов с доставкой или самовывозом;
- кассы самообслуживания и мобильные кассовые решения;
- программы лояльности, основанные на Big Data, позволяющие анализировать поведение покупателей;
- мобильные приложения с персонализированными акциями.

Развитие интернет-торговли особенно актуализировалось в последние годы. Примерами успешных проектов являются:

- сервис «Е-доставка» (группа «Евроторг»), предоставляющий доставку продуктов по всей Беларуси;
- онлайн-площадка 21vek.by, сочетающая продажи в интернете и офлайн-точки самовывоза;
- электронные витрины специализированных магазинов, таких как «ОМА» или «5 элемент».

Цифровизация позволяет оптимизировать внутренние бизнес-процессы, расширить клиентскую базу, повысить качество обслуживания и увеличить объёмы продаж.

Ориентация на локального производителя и развитие СТМ. Под влиянием внешнеэкономических факторов и санкционных ограничений торговые сети всё активнее переходят на сотрудничество с белорусскими производителями. Основные направления работы:

- увеличение доли отечественных товаров в ассортименте;
- развитие собственных торговых марок (СТМ), что позволяет предлагать конкурентоспособные цены и уникальные товарные предложения;
- контрактное производство товаров специально для сетей.

Примерами успешных СТМ являются бренды сети «Евроопт»: «Свежинка», «СмачнаЕ», а также линейки товаров в сетях «Виталюр» и «Гиппо».

Такой подход снижает зависимость от импорта, поддерживает национальную экономику и обеспечивает доступность продукции для широких слоёв населения.

Государственная политика также стимулирует увеличение доли отечественной продукции: существуют требования о минимальной доле товаров белорусского производства на полках магазинов.

На фоне экономических изменений наблюдается сдвиг в потребительских предпочтениях. Покупатели всё чаще ориентируются на:

- рациональное планирование расходов;
- покупку товаров со скидками и по акциям;
- использование дисконтных карт и программ лояльности;
- приобретение товаров первой необходимости вместо брендовых аналогов.

Торговые сети активно реагируют на эти изменения, внедряя дополнительные акции, спецпредложения, развивая программы скидок и накопительных бонусов.

Особое значение приобретают программы лояльности, позволяющие не только удерживать клиентов, но и собирать аналитику о покупательских предпочтениях для более точной работы с ассортиментом.

Равномерное развитие торговли на территории всей страны остаётся приоритетом государственной политики. Торговые сети расширяют своё присутствие не только в крупных городах, но и в малых населённых пунктах. Это достигается за счёт:

- строительства универсамов и мини-маркетов;
- развития мобильной торговли (автолавок);
- государственной поддержки по обеспечению торговыми объектами труднодоступных территорий.

Развитие торговли в регионах способствует улучшению качества жизни населения, увеличению занятости и уменьшению социальной напряжённости.

Тема устойчивого развития и экологии становится всё более актуальной и в белорусской торговле. Торговые сети внедряют:

- переход на платные или биоразлагаемые пакеты;
- программы утилизации упаковки и батареек;
- сотрудничество с производителями экологически чистой продукции;
- минимизацию выбросов углекислого газа в логистических цепочках.

Некоторые торговые сети разрабатывают корпоративные программы устойчивого развития, в том числе оптимизацию логистики, сокращение отходов и продвижение экологически ответственного потребления.

Белорусское государство активно участвует в регулировании розничной торговли:

- контролирует цены на социально значимые товары;
- вводит нормативы по обеспечению присутствия отечественной продукции в торговых объектах;
- регулирует работу торговых сетей через антимонопольное законодательство;
- стимулирует развитие малого и среднего бизнеса через налоговые льготы и программы поддержки.

В 2024–2025 годах приняты дополнительные меры для поддержки электронной коммерции, развития малых форматов торговли и усиления защиты прав потребителей.

На ближайшую перспективу основными направлениями развития розничной торговли в Республике Беларусь будут:

- углубление цифровизации и переход к омниканальным стратегиям;
- укрепление позиций национальных производителей;
- развитие собственной торговой марки (СТМ);
- активная работа над качеством клиентского сервиса;
- продвижение принципов устойчивого развития;
- расширение сети магазинов в регионах.

Эти меры позволят укрепить конкурентоспособность белорусской торговли на внутреннем рынке и повысить её устойчивость к внешним вызовам.

Таким образом, развитие розничной торговли в Республике Беларусь находится на пересечении экономических, технологических и социальных изменений.

Торговые сети, способные гибко адаптироваться к новым условиям, внедрять инновации и ориентироваться на реальные потребности населения, будут играть ключевую роль в дальнейшем экономическом росте страны.

Понимание новых трендов и своевременное реагирование на вызовы станут залогом успешного развития розничной торговой сети в Республике Беларусь в ближайшие годы.

Согласно данным Национального статистического комитета Республики Беларусь (Белстат), в 2024 году розничный товарооборот составил 90,1 млрд рублей, что на 11,8 % больше в сопоставимых ценах по сравнению с 2023 годом. Из них 95% пришлось на организации торговли, чей товарооборот достиг 85,6 млрд рублей. Это свидетельствует о стабильном росте розничной торговли в стране.

Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь (МАРТ) активно контролирует ценовую ситуацию на потребительском рынке. В марте 2024 года годовой прирост индекса потребительских цен составил 5,6 %, что соответствует среднему значению за последние 10 лет. Для обеспечения ценовой стабильности MART внедряет систему регулирования цен на товары потребительской корзины, включая предельные максимальные розничные цены на определенные продукты питания.

Тема устойчивого развития и экологии становится все более актуальной в белорусской торговле. Торговые сети внедряют программы утилизации упаковки, переходят на биоразлагаемые пакеты и сотрудничают с производителями экологически чистой продукции. Это способствует формированию экологически ответственного потребления среди населения.

УДК 004:006.322

СТАНДАРТЫ СОВРЕМЕННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ ТОРГОВЛИ

*Шаповалова А. С., студ., Радюк А. Н., к.т.н., доц.
Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В работе рассмотрено понятие и роль информационных систем в торговле, представлено значение стандартов в информационных системах, рассмотрены международные стандарты, применяемые в торговле, и национальные стандарты и практика Республики Беларусь.

Ключевые слова: информационная система, стандарты, значение стандартов, основа регулирования информационных систем в торговле.

Цифровизация стала ключевым вектором развития глобальной торговли. Информационные системы позволяют ускорить процессы, снизить издержки, повысить точность учёта и аналитики, создать более гибкие модели взаимодействия между участниками товарооборота. Однако без установленных стандартов – единых технических и организационных правил – полноценное