

**ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОНЛАЙН-ПРОДАЖ
ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ****Ю.А. Рыбалко¹, М.И. Запольский²**¹Полесский государственный университет, yulia_polessu@mail.ru²РНУП «Институт системных исследований в АПК, m.i.zapolski@yandex.ru

По экспертным расчетам специалистов Министерства торговли Республики Беларусь, только с учетом применения новых технологий логистики стоимость многих товаров при реализации через торгово-логистические центры может быть снижена на 10-15%, что связано с применением информационных технологий. Их влияние может привести к изменению структуры товаропроводящей сети, когда важнейшим ее элементом станут системы электронной торговли, которые позволяют найти покупателя и заключить сделку через Интернет. Очевидно, что при использовании системы электронной торговли предприятия-экспортеры могут уменьшить число посредников, что позволяет, по оценке экспертов, снизить цену мясопродуктов на 25-30%. В качестве примера выступает торговая сеть «Евроопт», которая с мая 2014 г. запустила интернет-магазин продуктов питания и промтоваров, а также товаров собственного производства и мясной кулинарии.

С учетом того, что Интернет-торговля продовольственными товарами в Республике Беларусь находится на начальной стадии своего развития нами выявлены основные особенности развития продовольственного ритейла через Интернет:

– отсутствие возможности покупателей в достаточной мере осуществлять так называемый «сравнительный шопинг», который является основным трендом ритейла и характерен не только для торговли в Интернете, но и в классических магазинах (обзор товаров с помощью мобильного устройства - смартфона, планшета). Современные покупатели редко обходятся без анализа продукции и цен в различных местах продаж и сравнения товаров в Интернете, что в виду невысокого уровня конкуренции не представляется возможным;

– стационарный компьютер является привычным средством работы в сети и осуществления онлайн-покупок, поскольку не у всех ритейлеров есть версии интернет-сайтов или онлайн-магазинов для смартфонов либо существующие мобильные приложения требуют дальнейшего совершенствования.

– максимально быстро, в том числе и напрямую с мобильного телефона. Торговым сетям стоит предлагать приложения для смартфонов,

Таким образом, нами установлено, что наиболее успешными будут торговые сети, которые понимают важность новых технологий с целью удовлетворения покупательских предпочтений. В связи с этим существует необходимость разработки подходов по предложению товаров, которые позволяли бы удовлетворить запрос покупателя которые предоставляют информацию на основе определения местоположения владельца, что является отличным способом для привлечения его в магазин.

Развитие потребительского рынка непосредственно влияет на состояние сферы торговли, так как она выступает одним из главных его структурообразующих элементов. Принятая и реализованная ранее концепция государственной политики в сфере внутренней торговли на 2011-2015 гг. (далее Концепция) явилась основным программным документом, определяющим политику государства в сфере торговли и предусматривала расширение торговой сети за счет реконструкции и строительства новых торговых объектов, укрупнения магазинов современных форматов (гипермаркеты, супермаркеты, дискаунтеры) и торговых центров, формирование крупных розничных

торговых структур, работающих по технологии торговых сетей [1].

Анализ результатов выполнения Концепции показал, что достигнуты положительные результаты. По данным Торгового реестра, за предыдущую пятилетку в Беларуси открылось 3608 новых розничных торговых объектов, в том числе 642 сетевых магазина. На 1 июля 2017 г. в стране насчитывалось почти 103 тыс. торговых объектов, в том числе количество сетевых магазинов составило 28 546 ед., доля которых в структуре магазинов составила 65,3%. В данном контексте углубленный анализ потребительского рынка позволяет заключить о благоприятной ситуации для развития торговых сетей в Республике Беларусь. Так, с 2005 г. наблюдался рост розничного товарооборота в среднем на 15% и более в год (исключая кризисные годы (2009 г. и 2011 г.)). Рынок продовольственной розницы Беларуси показывает положительную динамику на протяжении последних лет и продолжает активно развиваться. При этом растут продажи товаров как продовольственной, так и непродовольственной группы - значит, есть достаточный потенциал для развития этого рынка, и он еще недостаточно насыщен [2].

Результаты выполненного анализа подтверждают, что интенсивное развитие розничных сетей в регионах ведет к вытеснению с рынка малых и средних торговых предприятий. Принятый закон «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» от 8 января 2014 г. № 128-З направлен не только на совершенствование правовых и организационных основ государственного регулирования торговли и общественного питания в республике, но и на противодействие монополизации рыночной торговли путем ограничения распространения крупных торговых сетей и сохранения на рынке розничной торговли субъектов малого предпринимательства [3].

В этой связи нами сделан вывод о том, что правильное сочетание крупных ритейлеров и сетей малого и среднего бизнеса способствует обеспечению потребителям доступных цен, а производителям – выгодные условия работы с розницей. Очевидно, что поскольку сетевые форматы торговли развиты в Беларуси еще недостаточно, можно говорить (с учетом мирового опыта) о наличии достаточно большого потенциала для его дальнейшего активного развития, так как позволяет не только динамично реагировать на изменения в рыночной среде, но и повышать качество жизни за счет своевременного удовлетворения запросов каждого потребителя.

Следует отметить, что развитие собственных торговых сетей крупными вертикально-интегрированными продуктовыми компаниями наиболее эффективно в формате мини-магазинов («магазины у дома»), супермаркетов и Интернет-торговли. Перечисленные торговые сети позиционируют себя гарантией свежести и качества продукции, удобством месторасположения и оперативной доставкой потребителю.

Список использованных источников:

1. Приказ Министерства торговли Республики Беларусь от 29.12.2011 N 178 «Об утверждении Концепции реализации государственной политики в сфере внутренней торговли и общественного питания на 2011–2015 годы, Концепции реализации государственной политики в сфере бытового обслуживания населения на 2011–2015 годы и мероприятий по их выполнению» // Белорус. правовой портал. – Минск, 2016. /[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rees46.com/blog/index.php/2018/02/16/grocery-market/>. – Дата доступа: 20.01.2019.

2. Итоги развития ритейла в Беларуси за первое полугодие 2017 года [Электронный ресурс] // Новости рынка. – 2017. – Режим доступа: <http://marketing.by/novosti-rynka/itogi-razvitiya-riteyla-v-belarusi-za-pervoe-polugodie-2017-goda/>. – Дата доступа: 10.12.2017.

3. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь: [Электронный ресурс]. Закон Республики Беларусь, 8 янв. 2014 г., № № 128-З // Эталон – Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.