

ГИПЕРМАРКЕТЫ — СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ УСЛУГ

Сегодня тенденцию развития розничной торговли в развитых странах мира определяют крупные торговые предприятия: комплексы, супермаркеты, гипермаркеты, торговые моллы и т.д.

По общепринятому определению, современный гипермаркет должен иметь следующие характеристики: парковку на 150—200 автомобилей, ассортимент от 2 тыс. наименований номенклатуры, цены — на 2—3 % ниже, чем у традиционных магазинов. Кроме продажи товаров, гипермаркеты предлагают различного рода услуги. Они могут включать в свой состав химчистки, видеосалоны, парикмахерские и т.д.

Данный формат торговых предприятий предполагает получение прибыли за счет крупных объемов продаж и высокой оборачиваемости товаров, поэтому рентабельность их невысока. Иными словами, их ценовая политика направлена на массовый спрос, и предприятия данного формата сильно зависят от количества обслуживаемых покупателей.

В 2003 г. по решению Минского городского исполнительного комитета были выделены площадки под строительство нескольких современных гипермаркетов и проведен тендер по их застройке. В реализации данных проектов по решению Минского городского исполнительного комитета участвуют следующие компании: “Белвиллесден”, “Торгоптима”, “Арвитфуд”, “Белтяжмаш”, “Евроопт”, “Белкоопсоюз”. Проекты будут реализованы в Ленинском, Октябрьском, Центральном, Московском и Заводском районах города.

Общая сумма инвестиций по всем проектам составит 46 млн дол. США, иностранные инвестиции — 28,8 млн дол. США.

В 2005 г. планируется открытие пяти гипермаркетов. В осуществлении данных проектов будут участвовать ИП “Белвиллесден”, ИП “Арвитфуд”, ЗАО “Белтяжмаш”, “Белкоопсоюз”, СООО “Торгоптима”. При этом СООО “Торгоптима” предполагает строительство двух подобных предприятий, что, несомненно, положит начало развитию сетей гипермаркетов.

Основываясь на европейском опыте, где пик создания крупных торговых предприятий пришелся на 80-е гг. XX в., можно утверждать, что данная тенденция в значительной степени повлияет на конъюнктуру рынка розничных торговых услуг в г. Минске. В частности, это приведет к сокращению общего количества розничных

предприятий в основном за счет разорения мелких продовольственных магазинов и индивидуальных предпринимателей на вещевых и продовольственных рынках.

В связи с этим Главному управлению потребительского рынка можно рекомендовать разработать программу изменения механизма управления торговой деятельностью, в которой предусматривалось бы решение вопроса о трудоустройстве работников ликвидированных предприятий.

В развитых странах накоплен значительный опыт по созданию и развитию крупных торговых предприятий различных форматов, в том числе и гипермаркетов. Подобный опыт также имеется и в Российской Федерации. Успешность подобных форматов в России доказывает то, что большинство супер- и гипермаркетов в настоящее время развились до торговых сетей. Наиболее крупные из них: "Пятерочка", "Перекресток", "М-видео", "ПКФ-Бин", "Седьмой континент", "Копеечка", "Рамстор", "Столица" и др.

Пока, правда, ни одно из названных предприятий не торопится вступать на белорусский рынок. Это можно объяснить тем, что российский рынок также еще полностью не заполнен. Кроме того, на российском рынке больше возможностей для получения высоких оборотов и прибыли. Однако, несомненно, они вполне могут поделиться собственным опытом, тем более данный опыт гораздо ближе к белорусской реальности, чем опыт европейский или американский.