

Тенденция увеличения импорта мебели европейских и азиатских компаний в Беларуси и захвата быстрорастущего сегмента среднего ценового диапазона ставит перед отечественными мебельными производителями задачи по развитию высокотехнологичных производств, наращиванию объемов производства высококачественной продукции. Крайне важным является постоянное расширение и совершенствование ассортимента мебели с учетом потребительского спроса и насыщение отечественного рынка конкурентоспособным товаром.

Дальнейшее развитие мебельной отрасли в Беларуси будет определяться как внешними вызовами (изменения мировой экономики и конъюнктуры мировых рынков), так и необходимостью преодоления внутренних барьеров развития (высокая материало-, импорто- и энергоёмкость существующих мебельных производств в сравнении с ведущими европейскими производителями).

### Литература

1. Мировой рынок мебели [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.webeconomy.ru/index.php?page=cat&newsid=1359&type=news>. — Дата доступа: 17.02.2017.

2. *Мосвич, А.* Мебельный бизнес / *А. Москвич* // Директор-инфо. — 2016. — № 4. — С. 12–17.

*Е.Е. Науменко, А.А. Погосова*

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель А.В. Владыко — канд. экон. наук, доцент*

## ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ ТОРГОВЫХ ОБЪЕКТОВ ШАГОВОЙ ДОСТУПНОСТИ

На сегодняшний день значительное число магазинов розничной торговли работает в формате «у дома», или магазинов шаговой доступности, которые рассчитаны на живущих вблизи покупателей. Ассортимент такого магазина должен быть максимально сбалансированным и состоять из товаров повседневного спроса. Необходимо учесть, что 90 % успеха в торговле — это человеческий фактор. Качество обслуживания — преимущество данного формата.

Сегодня в Ассоциацию розничных сетей входят 18 субъектов хозяйствования, на долю которых приходится около 45 % общего товарооборота розничной торговли. Это 926 продовольственных магазинов, из которых 746 — в формате «у дома» [1].

Предпосылками развития данного формата являются растущая мобильность населения, увеличение числа работающих женщин, активное распространение иных форматов (в частности, сетевой торговли), необеспеченность торговыми площадями, смещение покупательских

предпочтений в приобретении товаров первой необходимости в торговых объектах шаговой доступности.

К основным проблемам деятельности магазинов «у дома» можно отнести снижение издержек, правильный подбор площадки под магазин, организацию торгового пространства, оптимизацию ассортимента, кадровую политику.

Использование единого центра закупок дает ценовое преимущество. Очень жесткая ситуация с арендой вынуждает увеличивать долю торговой площади вплоть до 90 %, а 10 % оставлять под служебные и подсобные помещения. Экономия на складских площадях определяет необходимость четкой логистики. Собственный логистический центр позволяет снижать закупочные цены, оптимизировать остатки в магазинах, минимизировать количество персонала. Основным механизмом снижения издержек является централизация всех процессов. Сотрудники магазина должны одновременно выполнять функции продавцов, кассиров, грузчиков и т.п. Задача магазина — обеспечить равномерное поступление товаров и своевременное пополнение торгового ассортимента, сократить время на приемку и выкладку товаров, поддерживать высокий уровень торгового обслуживания.

Эксперты по данному вопросу считают, что все издержки, включая выплаты акционерам, должны составлять не более 9 %, если этот процент выше, магазин не будет успешен.

Для каждого объекта шаговой доступности важен ассортимент, структуру которого необходимо формировать с учетом места его расположения, характера покупательского спроса. Важно учитывать ассортимент и при выборе варианта размещения товара на полках [2].

Несмотря на большую конкуренцию со стороны супермаркетов, магазины «у дома» имеют свои конкурентные преимущества, к которым следует отнести высокий уровень сервиса и низкую цену; при наличии большого количества таких объектов в отдельно взятом районе преимуществом может стать специализация магазина и возможность предоставления им дополнительных услуг.

### Литература

1. Торговый дисбаланс: тенденции развития розничной торговли в стране и возможные перспективы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belta.by>. — Дата доступа: 24.02.2017.

2. Магазин у дома [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://znaytovar.ru/s/Magazin-u-doma>. — Дата доступа: 24.02.2017.