

и практическую значимость представляет расширение области применения яблочной клетчатки в производстве массовых продуктов питания, в том числе кондитерских изделий, с целью повышения их пищевой ценности, также достижения положительных технологических эффектов, улучшения качества и конкурентоспособности продукции.

Таким образом, пищевые волокна являются одними из наиболее значимых физиологически функциональных ингредиентов, которые используются для коррекции свойств пищевых продуктов в направлении повышения их пользы для здоровья. В настоящее время яблочная клетчатка является перспективной добавкой для обогащения кондитерских изделий, так как она не содержит глютена и фитиновой кислоты, содержит пектиновые вещества, характеризуется красновато-коричневым цветом и специфическим яблочным вкусом и ароматом, которые могут приобрести готовые кондитерские изделия с ее добавлением. Включение яблочной клетчатки в рецептуру позволит улучшить органолептические характеристики и технологические свойства разрабатываемых кондитерских изделий.

Литература

1. *Кобец, Е. С.* Характеристика клетчатки пшеничной как источника пищевых волокон / Е. С. Кобец, О. В. Арпуль, В. Ф. Доценко // Вестн. Алмат. технол. ун-та. — 2016. — № 3. — С. 82–89.
2. Macronutrients content and energy value of fiber rich biscuits / L. Vujic [et al.] // *Agriculturae Conspectus Scientificus (Vol.72)*. — 2007. — № 3. — P. 271–275.
3. *Андреев, А. Н.* Влияние различных видов пищевых волокон на потребительские свойства кексов / А. Н. Андреев, О. О. Иванова // Изв. С.-Петерб. гос. ун-та низкотемператур. и пищевых технологий. — 2009. — № 2. — С. 45–47.
4. Целебная сила яблочной клетчатки // *Baker&Confectioner*. — 2016. — № 4. — С. 35.

<http://edoc.bseu.by:8080/>

Р.А. Селицкий, Е.Е. Науменко

Научный руководитель — кандидат экономических наук А.В. Владыко

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СЕТЕВОГО РИТЕЙЛА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ЗА РУБЕЖОМ

В статье рассматриваются характерные черты сетевого ритейла в Республике Беларусь, их значимость на сегодняшний день. Обобщены и проанализированы данные статистики, рассмотрены пути совершенствования сетевого бизнеса в Республике Беларусь, а также рассмотрен опыт зарубежных стран. На основе данной работы выявлены приоритетные направления развития объекта исследования.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что сетевая розничная торговля представляет собой важнейший элемент инфраструктуры рынка. От состояния сетевого ритейла во многом зависят темпы роста отраслей производства потребительских товаров, расширение межрегиональных и межгосударственных связей, развитие регионов, рост розничного товарооборота и доходов субъектов Республики Беларусь, удовлетворение потребностей покупателей, повышение культуры потребления.

Данные торгового реестра показывают, что многие продовольственные сети в 2016 г. прирастали минимально либо сокращали торговые площади. Такую тенденцию подтверждают и данные официальной статистики.

По данным Белстата, розничный товарооборот в 2016 г. составил 36,2 млрд р., что на 4,1 % меньше в сопоставимых ценах к уровню 2015 г. В расчете на душу населения розничный товарооборот в 2016 г. составил 3,8 тыс. р. В 2015-м г. этот показатель был 3,7 тыс. [1].

Снижение розничного товарооборота объясняется падением уровня реального располагаемых денежных доходов населения. При этом размер снижения розничного товарооборота меньше размера снижения уровня доходов населения, т.е. последние активно расходуют свои сбережения. Снижение покупательной способности оказало влияние на структуру розничного товарооборота: увеличилась доля продовольственных товаров и сократилась доля непродовольственных товаров. В сегменте продуктов питания наблюдается смещение покупательских предпочтений в сторону более дешевых товаров-аналогов внутри товарной группы [3]. Что касается непродовольственных товаров, то снижение их удельного веса на 6,2 % обусловлено прежде всего снижением продаж товаров длительного пользования.

Доля продаж белорусских товаров составила 65,9 %, в том числе продовольственные — 81,6 %, непродовольственные — 45,6 %. Тенденция роста доли расходов на продукты питания отражает снижение реальных доходов населения и рост бедности: чем беднее домашнее хозяйство, тем большую часть бюджета оно тратит на продукты питания.

На потребительском рынке Республики Беларусь уже успешно функционируют такие торговые сети как «Евроопт», «Остров чистоты», «Мила», «Рублевский», «БелМаркет», «Соседи», «Алми» и др.

Белорусский розничный рынок в большинстве сегментов является достаточно конкурентоспособным. При этом ключевыми факторами, негативно влияющими на развитие сетевой розничной торговли, являются: нехватка современных торговых площадей, сложность получения соответствующих лицензий и большого количества разрешительных документов, а также величина капитальных вложений, других затрат, обеспечивающих соблюдение санитарно-эпидемиологических, противопожарных и иных требований.

Однако, несмотря на стремительное развитие в последние годы отечественных розничных сетей, они пока еще не способны противостоять крупным иностранным конкурентам. Например, такие розничные сети, как «Edeka», «Rewe» (Германия) насчитывают в своем составе более 10 000 магазинов раз-

личного формата, а продуктовая сеть «Евроопт», которая на сегодняшний день имеет наибольшее количество магазинов в Беларуси, на 01.01.2017 г. насчитывает всего 454 магазина [4].

Основными технологиями развития и укрепления сетей становятся внедрение в оптовую торговлю, установление прямых контактов с производителями товаров, диверсификация форматов торговли, вложение в брендинг и маркетинговые исследования, покупка собственных сетевых торговых марок.

Использование собственных торговых марок дает розничным сетям существенные преимущества, значительно большие, чем использование карточек постоянных покупателей и систем накопительных скидок. Это позволит решить проблему снижения издержек и цены на товары, оптимизировать и стабилизировать систему поставок товаров.

За счет использования сетевых торговых марок и инновационных технологий управления продажами розничные организации получают возможность более мобильно реагировать на постоянно изменяющиеся потребности покупателей, подстраивать товары и ассортимент под потребности того сегмента, который является ключевым для данной розничной сети.

Белорусский рынок во многом отличается от западного. Например, в США или Европе большую часть ИТ-услуг компаниям оказывают крупные сервисные провайдеры, такие как «IBM Global Technology Services» или «Fujitsu Services». В Республике Беларусь подобные компании не имеют столь сильных позиций. Хотя и усиливается их присутствие и укрупняется сервисная сеть в нашей стране.

К мировым лидерам сетевого ритейла относится «Wal-Mart». Ее годовой оборот составляет 485,873 млрд дол., а количество открываемых магазинов за тот же период составляет более 200 [5]. Для сравнения: в 2016 г. внешнеторговый оборот Республики Беларусь с другими государствами составил 51,1 млрд дол. Из них 31,1 млрд дол. приходится на взаимоотношения Республики Беларусь и стран СНГ [1].

В Америке «Wal-Mart» достигла таких масштабов, что может диктовать условия промышленности и власти. «Wal-Mart» под силу уничтожить на рынке не только небольшие, но и достаточно крупные сети, что произошло с сетью «K-Mart» в США.

Чтобы понять уровень конкуренции в мире, приведем некоторые цифры. Немецкая розничная индустрия — одна из наименее прибыльных во всем мире, всего лишь со средней прибылью, достигающей 0,8 % от объема продаж. Для сравнения: средняя прибыльность производственного сектора Германии составляет 3 % (в США — 8 %). С доходом в пределах около 2 % от объема продаж группа «Aldi» является не только наиболее успешным, но и наиболее доходным розничным оператором Германии.

Но в то же время в странах Западной Европы существуют различные законы и нормы, которые позволяют работать на рынке большим и малым магазинам:

- ряд стран придерживается строгого ограничения в количестве магазинов и складских терминалов, площадь которых превышает, например, 700–2500 м²;

- вводятся режимы планирования и зонального регулирования, которые могут отсрочить или запретить проникновение на рынок нового оператора, причем не только открытием новых торговых точек, но и посредством инвестиций или покупок уже существующих магазинов;

- применяется нормирование и жесткое регулирование графиков работы торговых точек (часы и дни работы);

- вводится ограничение ценовой конкуренции, запрещаются различные формы и виды рекламы.

Расширение и ужесточение конкурентной борьбы между розничными сетями на рынках своих стран ускоряет процесс выхода розничных ритейлеров на динамично развивающиеся и огромные рынки Азии, например, таких стран, как Индия и Китай.

Таким образом, к основным рекомендациям эффективного развития сетевого ритейла Республики Беларусь можно отнести следующие:

- во многих компаниях необходимо провести квалифицированный отбор новых кадров и переквалификации существующего состава;

- необходимо строить более новые и качественные помещения. Нехватка качественных помещений не позволяет многим сетям расширяться и открывать новые магазины;

- необходимо доработать законодательную базу, так как многие положения в законах по отношению к сетевой торговле трактуются неоднозначно, что может привести к неоправданным штрафам торговых сетей, замедлить их развитие и снизить темпы роста, что критически может сказаться на некоторых компаниях;

- необходимо совершенствовать логистические процессы в компаниях. Отдел логистики в современных компаниях является связующим звеном в работе всех служб предприятия и без совершенствования данного звена компания успешно развиваться не будет.

Литература

1. Статистический ежегодник : Республика Беларусь, 2017 / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; редкол.: И. В. Медведева [и др.]. — Минск, 2017. — 506 с.

2. ТОП 10 торговых сетей Беларуси по количеству магазинов [Электронный ресурс] // Электронная библиотека belretail. — Режим доступа: <https://belretail.by/article/top-torgovyih-setey-belarusi-po-kolichestvu-magazinov>. — Дата доступа: 04.10.2017.

3. Министерство антимонопольного регулирования и торговли обновило рейтинг крупнейших розничных операторов [Электронный ресурс] // Электронная библиотека бухгалтер.by. — Режим доступа: <https://buhgalter.by/news/show/24871/>. — Дата доступа: 05.10.2017.

4. История компании [Электронный ресурс] // Сайт сети магазинов «Евроопт». — Режим доступа: <http://evroopt.by/istoriya-komanii>. — Дата доступа: 08.10.2017.

5. Wal-Mart Stores [Электронный ресурс] // Свободная энциклопедия Википедия. — Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Wal-Mart_Stores. — Дата доступа: 09.10.2017.