

## **ТЕНДЕНЦИИ СЕТЕВОГО РИТЕЙЛА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Мировой опыт показывает, что сетевая торговля может занять до 90 % розничного рынка в стране. Тенденции развития сетевой торговли в Республике Беларусь обусловлены особенностями формирования мирового рынка розничной торговли (ритейла), свидетельствующего в настоящее время о росте тех возможностей, которые присущи сетевой торговле экономически развитых стран. В Республике Беларусь, как и в других соседних странах, отмечается заметный рост количества магазинов и розничных торговых сетей. Это обусловлено, прежде всего, значительными изменениями, происходящими на рынке розничной торговли.

В Беларуси отмечается заметный рост розничных торговых сетей. Количество розничных торговых объектов, функционирующих на территории Республики Беларусь, за 2017 год увеличилось на 7,7 % и на 1 января 2018 года составило 106811 единиц. Количество магазинов в целом по республике за 2017 год увеличилось на 6,9 % и достигло 45353 единицы, среди которых свыше 70% составляют магазины сетевого формата.

В настоящее время на рынке Республики Беларусь представлено несколько десятков розничных торговых сетей, среди которых основными крупными сетями современного формата являются: компания «Евроторг» – («Евроопт»), торговая сеть Белкоопсоюза «Родны кут», «Белмаркеткомпани» («Белмаркет»), ЗАО «Юнифуд» («Алми», «Zakrаma», «Spаg»), «Табак-Инвест» («Корона»), «Либретик» («Соседи»), «Белвиллесден» («Гиппо»), Барановичская мебельная фабрика «Лагуна» – «АМІ мебель», ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев»» – «Пинскдрев», ЧТУП «ЗапалХимТорг» – «Остров чистоты», «Пятый элемент», «Буслик» и др. Доминирование данных торговых сетей в регионах республики уже стало очевидным [1].

2019 год, как и 2018-й, был годом стабильного роста розничного товарооборота, который за 11 месяцев вырос на 4,4 % (в сопоставимых ценах). В текущих ценах этот показатель равен +9,5 %. Последние данные Белстата за январь-ноябрь: 44 598,3 млн рублей против 40 288,0 млн рублей за январь-ноябрь 2018 года.

Однодневный розничный товарооборот в расчете на душу населения с начала года составил 14,1 рубля против 12,9 рубля за аналогичный период предыдущего года. Рост товарооборота в категории непродовольственных товаров был примерно в 2 раза выше, чем в продовольственной группе.

Валовый внутренний продукт Беларуси за январь-ноябрь 2019 г. Оценивается в 120,1 млрд рублей (111 млрд рублей в 2018 году), что в сопоставимых ценах 101,1 % к уровню января-ноября 2018 года. Индекс-дефлятор ВВП в январе-ноябре 2019 г. по отношению к аналогичному периоду предыдущего года составил 106,5 %.

Ритейл в Республике Беларусь опустился со 2-го на 3-е место среди отраслей экономики по вкладу в рост ВВП страны. На 1-м – IT-сектор, на 2-м – промышленность.

Общий объем торговых площадей на начало 2020 года согласно данным торгового реестра составляет 7,3 млн кв. м. На начало 2019 года этот показатель составлял 5,8 млн кв. м.

Реальные располагаемые денежные доходы населения Республики Беларусь в январе-октябре 2019 г. Составили 106,6 % к уровню января-октября 2018 г.

В общем объеме денежных доходов оплата труда занимает 64,1 %, доходы от предпринимательской и иной деятельности, приносящей доход, – 7,8 %, трансферты населению (пенсии, пособия, стипендии и другие трансферты населению) – 23,4 %, доходы от собственности и прочие доходы – 4,7 % [2].

По последним данным Белстата, в структуре розничного товарооборота продовольственные товары составляют 61,6 %.

Отечественные товары среди реализованных организациями торговли продовольственных товаров составляет 78,1 %. В категории непродовольственных товаров доля отечественной продукции составляет 43,4 %.

Общее количество торговых объектов по всей территории Республики Беларусь составляет 111 713 единиц (рост за год +1,1 %). Их суммарная площадь равна 7,27 млн кв. м (рост за год +12,7 %).

Как уже было сказано выше, бурный рост количества магазинов крупнейших сетей остановился, и ритейлеры стали больше внимания уделять вопросам эффективности бизнеса.

В этом разрезе проявилась тенденция различных подходов к организации магазинов в Минске и регионах. Ритейлеры вынуждены учитывать разницу в потребительском поведении покупателей различных областей нашей страны и городов.

Самым активным игроком по запуску новых магазинов стала сеть «Санта». После приобретения ей в 2018 году магазинов «Рублевский» было принято решение о ликвидации этой ТМ и переименований всех магазинов в обновленную «Санту». В 2019 году ритейлер открыл 53 магазина по всей стране. Их них 24 – на базе «Рублёвских», а 29 – изначально под брендом «Санта».

Весьма активно вел себя на рынке еще один «рыбный» ритейлер – «Виталюр». Только в декабре ритейлер открыл три крупных супермаркета и продолжает развивать сервисную концепцию с широким набором услуг, фудкортами и пр.

BIGZZ также успешно финишировал в прошлом году с двумя новыми магазинами: в октябре в ТРЦ Palazzo открылся флагманский BIGZ (без одной буквы Z), а в ноябре круглосуточный супермаркет BIGZZ на пр. Дзержинского, 3Б.

Два гипермаркета ProStore (в Шабанах и Чижовке), находящиеся в залоге, сменили вывеску. В Шабанах на правах аренды открылся гипермаркет Green, а в Чижовке «Корона».

«Евроторг» открыл за год 143 новых магазина пот ТМ «Евроопт» и «Хит! Экспресс». Новые магазины также появились у других операторов.

В 2019 году две сети начали устанавливать кассы самообслуживания. В сентябре «Гиппо» установил в двух своих гипермаркетах первые в Беларуси касса самообслуживания. Примерно через месяц торговая сеть «Соседи» установила четыре кассы самообслуживания в своем супермаркете, расположенном в ТЦ «Рига» по ул. Сурганова. Ожидается, что следующими ритейлерами, которые начнут внедрение таких технологий, станут сеть «Виталюр» и «Алми».

Не оправдались ожидания по бурному развитию формата дискаунтеров в нашей стране. Весной «Евроторг» закрыл сеть дискаунтеров «Бруснічка», которая не проработала и года и запустил «Хит! Экспресс». В этом формате работают также «Копилка», «Доброном», «Копеечка», региональный оператор «99 копеек», а также российский «Светофор». В конце года в Беларусь при-

шла еще одна российская сеть дискаунтеров «Доброцен», но пока только открыт один магазин этого ритейлера.

В целом сегмент дискаунтеров развился гораздо медленнее, чем прогнозировалось экспертами и некоторыми игроками. Не в последнюю очередь это связано с тем, что белорусские потребители не воспринимают этот формат так, как это происходит в других странах. Покупатели приходят в дискаунтер как в обычный магазин, требуя ассортимента, сервиса и пр. Это подтверждается данными исследования, которое было проведено по инициативе *belretail.by* компанией МАСМИ. Выяснилось, что треть белорусов считают, что в стране так и не появились дискаунтеры.

В современных условиях для конкретных торговых организаций, так или иначе, требуется определения инструментария для повышения их конкурентоспособности. Практика показывает, что сегодня без внедрения и использования современных маркетинговых подходов в практической деятельности розничные торговые организации не могут достичь устойчивого преимущества на рынке ритейла. Акцент в формировании конкурентных преимуществ все больше смещается от ценовых методов ведения конкуренции к неценовым, связанным с построением систем взаимоотношений с потребителями, позволяющими взаимодействовать с ними в длительной перспективе.

#### **Список цитированных источников**

1. Тенденции развития сетевой торговли в Республике Беларусь / Т. Н. Байбардина, А. Я. Якимик // *Веснік дзяржаўнага эканамічнага ўніверсітэта: навукова-практычны часопіс*. – 2018. – № 3. – С. 57-64.

2. О развитии торговой инфраструктуры в Республике Беларусь // Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mart.gov.by/news/2020/>

УДК 336

*Купцова А. И., Юшкин Н. Ю.*

*Научный руководитель: к. э. н., доцент Костенко Н. В.*

### **ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТАРТАПОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Целью данной статьи является изучение механизма финансового обеспечения стартапов на территории Республики Беларусь, проведение сравнительного анализа источников финансирования и приведение алгоритма поиска финансового обеспечения стартапов.

На сегодняшний день во всем мире создаются и развиваются стартапы в сфере информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Следует подчеркнуть, что Республика Беларусь занимает 32 место в мире в рейтинге ИКТ.

Актуальность темы обусловлена тем, что каждый стартап нуждается в финансировании. Именно поэтому для данной статьи мы выбрали несколько источников финансирования на территории Республики Беларусь: бизнес-ангелы, венчурные компании и краудфандинг.

Для начала определим понятие «стартап».

Стартап – это недавно созданная и быстро развивающаяся компания, зарабатывающая или предоставляющая инновационные продукты либо услуги с масштабируемыми бизнес-моделями.

Проблемы финансирования у стартапов в Республике Беларусь.