



БЕЛКООПСОЮЗ
Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации
Кафедра коммерции и логистики

Отечественный опыт развития дискаунтеров

Подготовила студентка 4 курса
Группы Гс41
Абрамович Лилия

Гомель 2017

Торговля является важнейшей составляющей национальной экономики Республики Беларусь

Дискантер – объект розничной торговли с торговой площадью более 5 000 кв. м, ассортиментом порядка 35-50 тыс. SKU, наличием собственной парковки более чем на 150 автомобилей.



Форматы розничной торговли продовольственными товарами

Параметры	Дискаунтер
Площадь торгового зала, кв. м	450-800
Площадь склада, кв. м	Незначительны или отсутствуют
Количество кассовых узлов	5-10
Количество позиций в ассортименте, тыс	1-2,5
Количество покупок в день	1200-2700
Численность персонала, чел	34
Собственные производственные цеха	Отсутствуют
Уровень цепочки поставок	РЦ с возможностью прямых поставок

Белорусский продовольственный ритейл имеет фундаментальные предпосылки для своего развития:

- **Меньший по сравнению с соседними странами объем РТО продовольственных товаров на душу населения.**
- **Прогнозируемый рост доходов населения».**

На белорусский рынок уже пришли такие игроки, как Mart Inn (принадлежит акционерам литовской сети Maxima) и Rimi (Латвия), что говорит о его привлекательности.

В 2016 году продовольственный РТО даже в валютном выражении превысил докризисный уровень 2010 года и достиг 11,76 млрд USD.

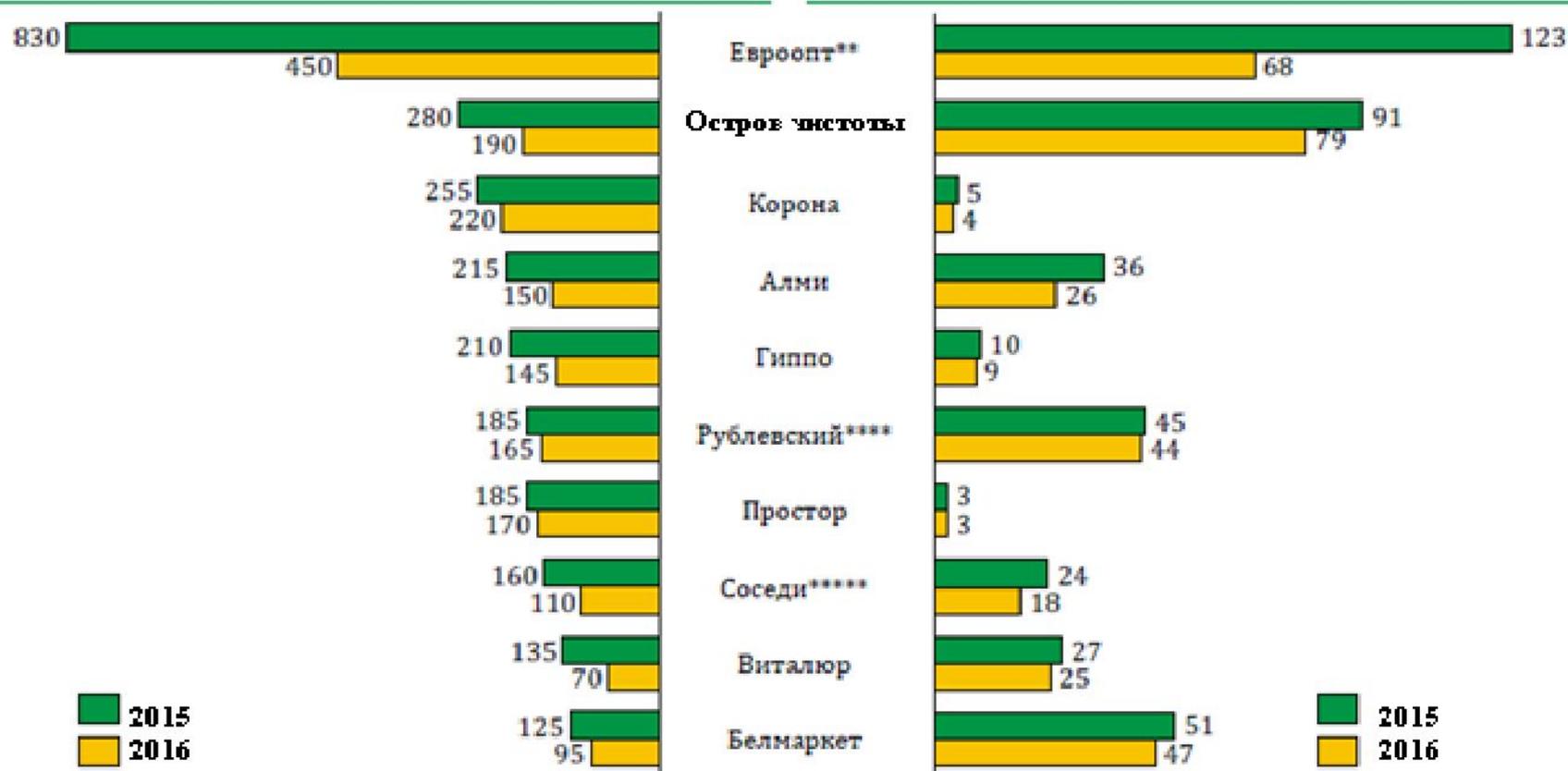
За 3 кв. 2017 г. продовольственный РТО увеличился на 30% к аналогичному периоду прошлого года, что связано с высокой инфляцией при относительно стабильном валютном курсе (рост на 8-9% в сопоставимых ценах).

Доля продовольственного РТО в общем розничного товарооборота через все каналы реализации стабильна: 51,5% - в 2016 г., 50,5% - 3 кв. 2017 г.

Крупнейшие игроки на розничном рынке

Топ-10 сетей по годовому РТО*, млн USD

Общее количество торговых объектов сети, ед.



ТОП 10-ти ритейлеров РТО за 2016 год, %

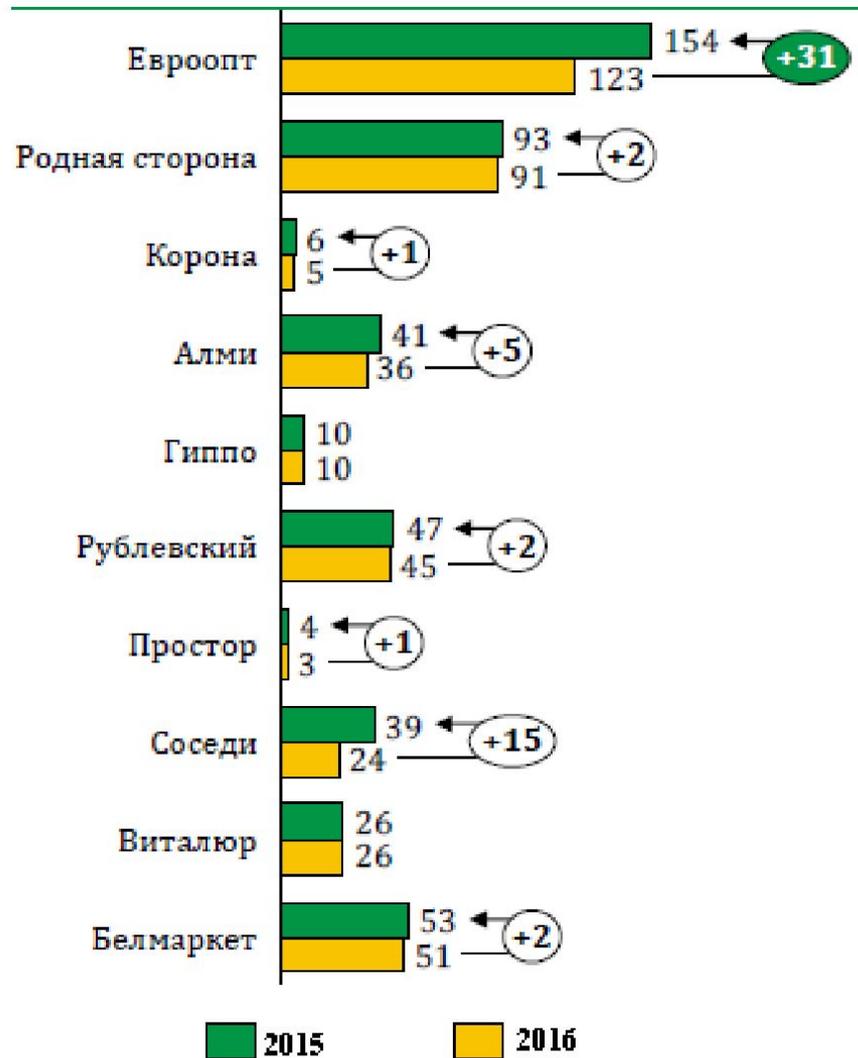


Перспективы развития дискаунтеров

В настоящее время большинство торговых объектов представляют собой мелкие точки с узким ассортиментом и низким качеством обслуживания, которые не выдерживают конкуренции с современными сетевыми объектами. Можно предположить увеличение в ближайшие годы доли дискаунтеров за счет снижения доли «магазинов у дома».

Как один из трендов можно отметить развитие таких гибридных форматов, как супермаркет-дискаунтер и гипермаркет-дискаунтер, которые особенно актуальны в белорусских условиях довольно низкого уровня доходов.

Динамика прироста ТОП-10 сетей в 2016 г., кол-во магазинов, шт

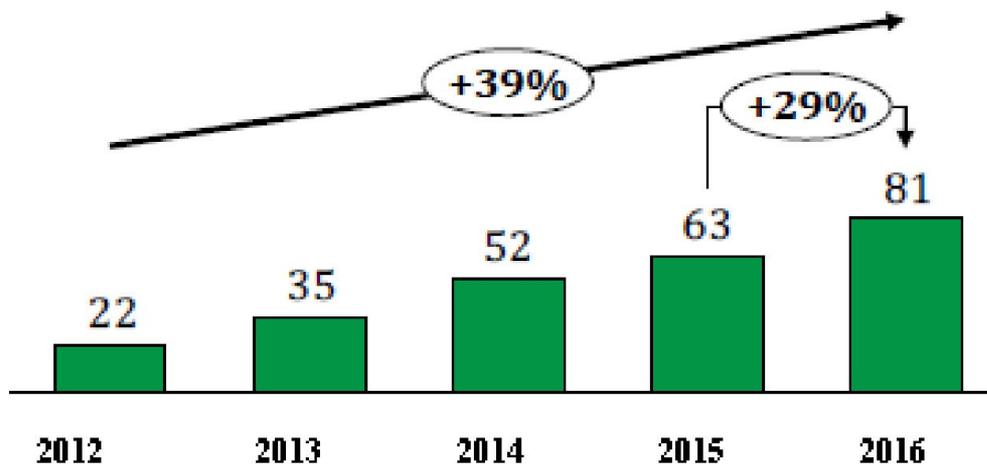


Характеристика крупнейших розничных торговых сетей Республики Беларусь на 01.01.2017 г.

Название торговой компании	Бренд	Количество магазинов	Регион размещения
ООО «Евроторг»	«Евроопт»	300	г.Минск, областные центры, 62 города
ООО «Табак-Инвест»	«Корона»	9	Минск, Брест, Бобруйск, Витебск
ЗАО «Юнифуд»	«Алми»	51	г.Минск, областные центры, 14 городов
ИП «БелВиллесден»	«Гиппо»	12	Минск, Могилев, Гомель, Гродно
ИООО «Март Инн Фуд»	«MART INN»	29	г.Минск, областные центры, 14 городов
ЗАО "Паттио"	«5 элемент»	40	г.Минск, областные центры, 21 город

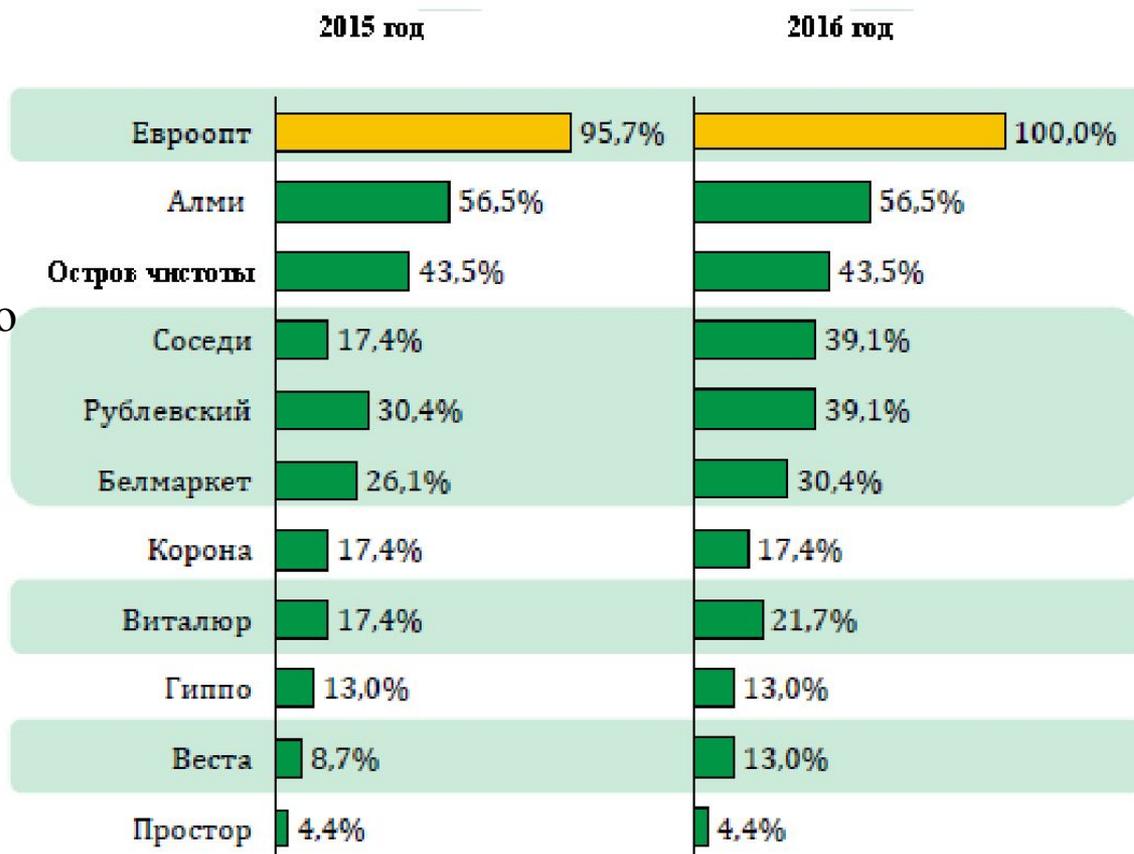
Развитие дискаунтеров ограничивает тот факт, что данный формат ориентирован на крупные города с достаточно высоким уровнем доходов населения. Соответственно, в случае Беларуси можно говорить максимум о 4-5 городах, где есть перспективы для их развития, фактически же речь идет только о Минске.

Кроме того, в связи с вероятным принятием нового закона «О государственном регулировании розничной торговли и общественного питания», который ограничит максимальную долю игроков на каждом из локальных рынков продовольственного ритейла до 20%, перспективы развития дискаунтеров в регионах станут еще более ограниченными. Формат «дискаунтер» является более гибким и имеет предпосылки для развития в регионах



Уровень проникновения ТОП-10 розничных сетей в регионы*, %

Абсолютный лидер по данному показателю ООО «Евроторг», который активно открывает магазины в различных городах страны: на начало второго полугодия 2016 г. «Евроторг» присутствовал в 42 городах Беларуси.



В целом, для рынка розничной торговли на данном этапе развития характерны следующие тенденции:

1. Разрастание сетей и консолидация отрасли:

- уменьшение доли неорганизованной торговли;
- активное строительство новых торговых площадей и новых объектов (особенно крупных объектов формата дискаунтер);
- приобретение в собственность действующих мелких сетей и отдельных объектов.

2. Уход сетей в регионы:

- активное открытие региональных представительств (в городах с населением от 100 тыс. человек и достаточно высоким уровнем доходов).

3. Развитие логистической сети:

- создание торговыми сетями собственных логистических центров для оптимизации поставок и упрощения работы с производителями.

4. Привлечение иностранных экспертов:

- современные сети активно привлекают в качестве ТОП-менеджеров иностранных экспертов отрасли (Евроопт – Литва, Родная сторона – Литва, Соседи – Литва, Белмаркет – Голландия)

Спасибо за внимание !!!

