

Дискаунтер как эффективная организационно-экономическая форма управления торговым предприятием

Безпарточный М.Г. (ВУЗ Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли», г. Полтава, Украина)

В условиях конкуренции возрастает необходимость формирования эффективных организационно-экономических форм хозяйствования в торговой сфере с целью обеспечения стабильного функционирования и развития субъектов в перспективе. На потребительском рынке Украины и в мире положительно зарекомендовали себя дискаунтеры.

Дискаунтер – это предприятие розничной торговли с узким товарным ассортиментом, минимальным набором услуг для покупателей и достаточно низкими ценами [1]. Управление таким торговым предприятием направлено на снижение издержек обращения за счёт оптимального использования торговых площадей, упрощённой выкладки товаров, снижения численности торгово-операционного персонала, высокой оборачиваемости товарного ассортимента, постоянного использования маркетинговых акций на определенные товары. Некоторые дискаунтеры имеют собственные торговые марки (private label).

Учитывая современное состояние рынка розничной торговли, а также потребности покупателей и динамику их платежеспособного спроса [2], на наш взгляд, в будущем эта организационно-экономическая форма торговых предприятий будет активно развиваться. Кроме этого, за счет гибкости и возможности быстро адаптироваться к внешней среде, таким торговым предприятием проще управлять персоналом, товарными ресурсами, торговым оборудованием; движением денежных потоков; расположением на определенных территориях за счет малых торговых площадей и т.п.

Определим отличительные особенности дискаунтеров от других организационно-экономических форм розничной торговли: минимальная наценка

на товары; торговый формат сочетает в себе склад-магазин; минимальная численность персонала; оптимальное количество торгового оборудования; низкий уровень затрат на рекламу и информационный материал; снижение затрат на логистику; преобладание продовольственной группы товаров.

В практической деятельности торговых предприятий различают жёсткий и мягкий дискаунтеры. Жёсткий дискаунтер нацелен на обслуживание потребителей, проживающих в непосредственной близости от магазина. Товарный ассортимент составляет 750-1200 позиций, площадь торгового зала – 300-600 м². Покупателей этот торговый формат привлекает низкими ценами. Товары от поставщиков поступают четко по графику и выкладываются сразу в торговом зале. Дискаунтер экономит на персонале (численность составляет 10-20 человек), получает скидки при закупках через распределительный центр собственной сети и рассчитан на стабильный повседневный спрос, на который не влияют конъюнктурные колебания. Мягкий дискаунтер имеет скромный дизайн торгового зала, имеет более широкий товарный ассортимент – 1000-2000 позиций. В торговом зале, кроме самообслуживания, в небольших объемах применяется и торговля через прилавки.

Количество дискаунтеров в отдельных странах представлено на рис. 1.

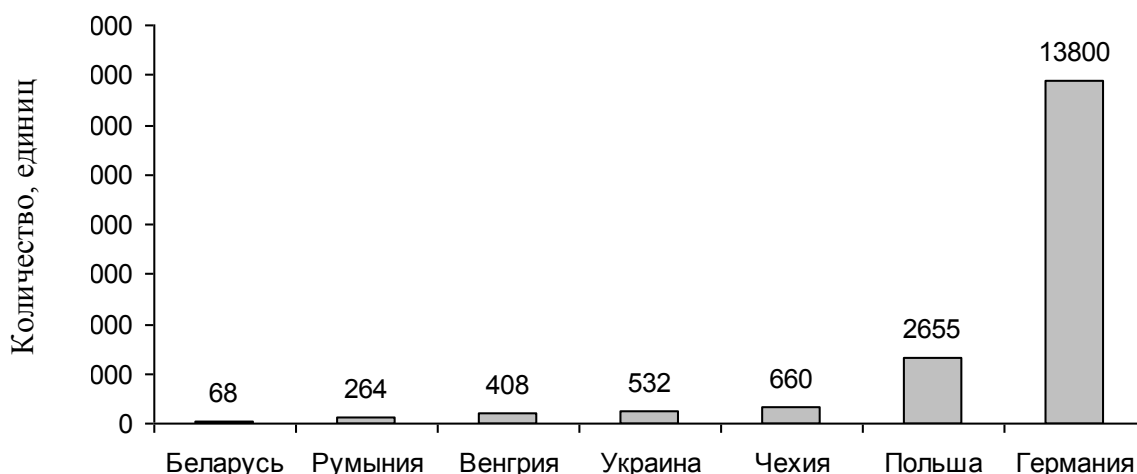


Рис. 1. Количество дискаунтеров в отдельных странах, 2011 г. [3]

Исходя из данных рис. 1, наибольшее количество дискаунтеров

сосредоточено в Германии (13800), в Украине – 532. Учитывая их количество в европейских странах, в Украине имеет место развитие данных организационно-экономических форм торговли.

Наиболее ярким представителем дискаунтеров в Украине является торговое предприятие «АТБ-маркет». В 2013 г. розничный товарооборот торговой сети составил 33,7 млрд. грн. или 3,8 % к общему объему продаж торговыми предприятиями Украины. Ассортимент магазинов составляет 3500 товаров, из которых более 800 – представляют собственные торговые марки. За счет оптимизации издержек на логистику и рекламу, стоимость товаров является ниже среднерыночной при сохранении уровня качества. Основными критериями, которые обеспечивают конкурентоспособность торговому предприятию на потребительском рынке Украины, являются высокий профессионализм сотрудников, стремление к развитию, соблюдение корпоративных норм [4].

На наш взгляд, основными причинами небольшого количества дискаунтеров в Украине является не восприятие потребителем данного торгового формата из-за отсутствия определенного уровня торгового сервиса и узкого товарного ассортимента, высокая конкуренция со стороны крупных супермаркетов.

Таким образом, в современных условиях дискаунтер является эффективной организационно-экономической формой деятельности торговых предприятий и обеспечивает конкурентоспособность на потребительском рынке за счет формирования оптимального товарного ассортимента, более низких цен.

Литература

1. Discounter // de.wikipedia.org.
2. Державний статистичний щорічник України за 2013 р. / Державний комітет статистики України // www.ukrstat.gov.ua.
3. Анализ рынка продовольственных дискаунтеров в Украине, 2012 г. / GT Partners // www.gtpartners.com.ua.
4. АТБ-маркет // www.atbmarket.com.