

Позициониране на кооперативната търговия на дребно на българския потребителски пазар

Диана Шопова

Positioning of the cooperative retail consumer market of Bulgarian

Diana Shopova

Abstract

In order to survive in conditions of increased competition, Bulgarian cooperatives is necessary to oppose to alternative strategies based on innovative advantages to attract the interest of customers and encourage their loyalty. Research in this paragraph is intended to indicate general characteristics of the place, significance, status, trends and expected changes, as in "Retail" and in cooperative retailer in Bulgaria. This will be highlighted, current trends in the development of trade at national level to be used by cooperative organizations, as this will help to increase the competitiveness of the cooperative retail trade in the country, to make it modern and meet the increased needs of the buyers.

Key Words: trade, cooperative trade, retail, cooperative retail, consumer market, sales, labor force, outlets

В конкурентна среда икономическите агенти на обмена са под систематичен натиск да се адаптират към промените на локалната и глобалната пазарна среда.

В търговския отрасъл протичат множество процеси, съпровождащи глобализацията като трансформация, адаптация и трансфер на нови знания и търговски технологии. В условията на интернационализация на бизнеса, се променят предпоставките и изискванията за извършване на търговската услуга. На пазара се появяват редица нови местни и чуждестранни търговски фирми, с нови формати, предлагащи нови стоки и услуги, с усъвършенствано обслужване, техника и нови търговски методи и инструменти. Потребителите имат все по-нарастващ достъп и осигуреност с информация за стоките и могат да вземат решенията си за покупка по много критерии. За да оцелеят в условията на повишената конкуренция, българските кооперации е необходимо да се противопоставят с алтернативни стратегии, базиращи се на иновативни предимства, за да привлекат интереса на клиентите и да стимулират тяхната лоялност.

Изследването в настоящия параграф има за цел да покаже общата характеристика на мястото, значимостта, състоянието, тенденциите и очакваните изменения, както в сектор „Търговия на дребно“, така и в кооперативната търговия на дребно в България. За тази цел ще бъдат открити, съвременните тенденции в развитието на търговията в национален план, които да се използват от кооперативните организации, като по този начин ще се спомогне за увеличаване конкурентоспособността на кооперативната търговията на дребно у нас, за да бъде тя съвременна и да отговаря на повишените потребности на купувачите.

Основен предмет на търговската дейност на дребно е реализацията на потребителски стоки и оказване на услуги с материален характер непосредствено на населението, отделни домакинства и за колективно потребление. Чрез нея се задоволяват около 70%–80% от потребностите на населението, поради което развитието на продажбите на дребно характеризира в значителна степен личното потребление. В него се извършва обръщението на стоките, които сменят своята форма на собственост и преминават през каналите за дистрибуция в сферата на потреблението. Този сектор е много важен и за паричното обръщение, тъй като населението използва голяма част от доходите си за покупка на стоки и услуги, които използва за лично и домакинско потребление. През последните години нараства броя на търговците на дребно и това променя профила на сектора.¹

¹ Вж. по-подробно: Секторен анализ на компетенциите на работната сила в сектор „Търговия на дребно“ 2012, Достъпно на: <<http://www.competencemap.bg/D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0+%D0%B1%D0%B8%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BA%D0%B0/1/YdK3clezc1e3INW7gheDcVa3IBKrc5abMFODchOfIZK3cBePYBaXINavIRKnIxKH>>

През първото десетилетие на XXI век търговията на дребно в България претърпя съществено развитие и трансформации. Необходимо е да се очертаят тенденциите на развитие и да се пренесе положителният опит от европейските корпорации за търговия на дребно, който да се ползва от наши български фирми и организации. Търговията се открие като един от най-динамичните сектори в икономиката. Тук приватизацията бе извършена в най-голяма степен. От приватизираните у нас над 5000 обекта 75% са от областта на търговията (магазини, ресторанти, ателиета за услуги, складове). Приватизацията и реституцията в търговията доведоха до раздробяване и разкъсване на собствеността. Тук важи правилото на Парето с обратна сила: 80% от броя на търговските фирми реализират само 20% от оборота. Промениха се субектите на управление в търговията на дребно като се разшири съставът на собствениците. Раздържавяването в търговията помогна за формиране на конкурентна среда и доведе до динамични промени в икономическите отношения.

За периода 2000-2011 г. се наблюдава значителен ръст в общия обем продажби както в националната търговия (217 %), така и в кооперативната търговия (86 %), като средногодишният темп на растеж е 1,1104² и съответно 1,0580³. Подпериода 2000-2008 г., се характеризира с увеличение обема на общите продажбите и продажбите на дребно - и на национално ниво и в кооперативната търговия, като през 2008 г. са отчетени най-високите прирасти (виж таблица 1 и таблица 2).

Таблица №1

Динамика на общите продажбите в сектор „Търговия“ и кооперативна търговия за периода 2000-2011 г.⁴

Показатели / Години	2000г.	2001г.	2002г.	2003г.	2004г.	2005г.	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.
I. Продажби в сектор Търговия (едро и дребно, без продажба и ремонт на автомобили) - хил.лв.	25 029 884	28 128 744	31 855 211	36 249 535	41 714 517	50 278 816	58 938 007	67 602 837	80 619 031	75 047 480	75 283 031	79 219 767
отн. прираст при базисна основа в %		12,38	27,27	44,83	66,66	100,88	135,47	170,09	222,09	199,83	200,77	216,5
отн. прираст при верижна основа в %		12,38	13,25	13,79	15,08	20,53	17,22	14,7	19,25	-6,91	0,31	5,23
II. Продажби общо в кооперативната търговия (хил.лв.)	199 578	198 933	189 988	182 402	191 585	206 279	245 035	307 306	391 476	374 185	354 751	371 037
отн. прираст при базисна основа в %		-0,32	-4,81	-8,61	-4	3,36	22,78	53,98	96,15	87,49	77,75	85,91
отн. прираст при верижна основа в %		-0,32	-4,5	-3,99	5,03	7,67	18,79	25,41	27,39	-4,42	-5,19	4,59
Дял от всички продажби в сектор "Търговия" (%)	0,8	0,71	0,6	0,5	0,46	0,41	0,42	0,45	0,49	0,5	0,47	0,47

През изследвания период изключение прави периода 2009-2010 г. през който продажбите бележат спад и в общата търговия и в кооперативната търговия. Въпреки наблюдаваната тенденция на ръст на продажбите в кооперативната търговия се наблюдава намаление на относителният и дял в общите продажби в сектор „Търговия“, като от 0,8% през 2000 г., през 2011 г. е 0,47% (виж таблица 1). Същата тенденция на спад в относителния дял се

$$^2 \bar{T} = \sqrt[n-1]{\frac{Y_n}{Y_0}} = \sqrt[12-1]{\frac{79219767}{25029884}} = \sqrt[11]{3,1650073} = 1,1104$$

$$^3 \bar{T} = \sqrt[n-1]{\frac{Y_n}{Y_0}} = \sqrt[12-1]{\frac{371037}{198933}} = \sqrt[11]{1,8651354} = 1,0580$$

⁴ Източник, НСИ, Вътрешна търговия – Продажби на дребно. Достъпно на: <http://www.nsi.bg/otrasal.php?otr=5>

наблюдава и за кооперативната търговия на дребно, като от 1,7% през 2000 г., нейния относителен дял в подсектор търговия на дребно в страната през 2011 г. е 0,96% (виж таблица 2).

Таблица №2
Динамика на продажбите в подсектор „Търговия на дребно“ и кооперативната търговия на дребно за периода 2000-2011г.

Показатели / Години	2000г.	2001г.	2002г.	2003г.	2004г.	2005г.	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.
II. Продажби в подсектор Търговия на дребно (хил.лв.)	9 725 858	10 867 787	12 057 769	13 435 611	15 881 309	18 901 752	22 737 405	28 129 629	33 318 487	29 826 660	29 277 314	31 122 316
отн. прираст при базисна основа в %		11,74	23,98	38,14	63,29	94,35	133,78	189,23	242,58	206,67	201,03	220
отн. прираст при верижна основа в %		11,74	10,95	11,43	18,2	19,02	20,29	23,72	18,45	-10,48	-1,84	6,3
IV. Продажби в кооперативната търговия на дребно (хил.лв.)	164 207	166 316	161 826	157 417	163 541	170 423	199 507	241 794	307 345	300 625	288 229	299 552
отн. прираст при базисна основа в %		1,28	-1,45	-4,14	-0,41	3,79	21,5	47,25	87,17	83,08	75,53	82,42
отн. прираст при верижна основа в %		1,28	-2,7	-2,72	3,89	4,21	17,07	21,2	27,11	-2,19	-4,12	3,93
Дял от всички продажби в сектор "Търговия"	0,66	0,59	0,51	0,43	0,39	0,34	0,34	0,36	0,38	0,4	0,38	0,38
Дял от всички продажби в подсектор "Търговия на дребно"	1,69	1,53	1,34	1,17	1,03	0,9	0,88	0,86	0,92	1,01	0,98	0,96

Настъпилата в края на 2008 г. световна финансова, а в следствие и икономическа криза, оказва негативен ефект върху дейността на всички стопански субекти в страната, в т.ч. и върху кооперативната търговия. Чувствителното и задълбочаване през 2009 г. на практика спира възходящото развитие на кооперативните стопански дейности. Рязко променената икономическа среда и нарастването на безработицата водят до драстично свиване на потреблението и намаление на продажбите, съответно 7% спад при националната търговия и 4% спад при кооперативната търговия. Съществената промяна на тези фактори води и до намаление в продажбите на дребно, като се забелязва че темпа на спад при търговията на дребно в национален план е по-голям (10%) от този при кооперативната търговия на дребно (2%).⁵ Спадът в продажбите в кооперативната търговия от близо 5% за периода 2008-2009 г. е близък до официално оповестените за страната спад на brutния вътрешен продукт с 5% и 6,2% намаление на индивидуалното потребление на населението.⁶ В този аспект, макар и тревожни, резултатите на кооперативната система са напълно закономерни и отразяват протичащите в страната икономически процеси.

Усъвършенстването на търговската дейност и проявената воля за работа под една марка и с една визия минимизира влиянието на икономическата криза върху кооперативната търговия на дребно. Анализът на изменението на годишните продажби на дребно именно в нея показва, че реализирания в периода 2007-2008г. ръст от 27% е значително по-голям от последвания спад (2009г. – 2% и 2010г. – 4%).⁷ По данни на НСИ в национален мащаб търговията на дребно в края на 2008г. все още отчита ръст (18%). Оказва се, че в началото си кризата влияе по-силно върху кооперативната търговия на дребно от средното за страната. Причината е свиването на потреблението и най-вече специфичният пазарен сегмент, обхванат от кооперативната търговска мрежа.

През периода 2010-2011г. се наблюдава тенденция на растеж на продажбите на дребно в търговията както в национален план (6%) така и в кооперативния сектор (4%). Съществено влияние върху развитието на кооперативната търговия на дребно, оказват както предприетите мерки за реконструиране на търговската дейност, така и трайната тенденция на засилена емиграция, като част от демографския проблем на страната. Това засилва процесите на

⁵ История на кооперативното движение в България, Том 4, София, Изд. „Коопмедия“ ООД, 2013г., с.20-45

⁶ Източник, НСИ, Брутен вътрешен продукт (БВП)- 2009г. Достъпно на: <<http://www.nsi.bg/otrasal.php?otr=10>>

⁷ ЦКС, 2011г., Отчет на управителния съвет на ЦКС за дейността на съюза в периода от 2007-2010г., София

обезлюдяване на големи райони от страната и недостиг на работна ръка. Тези процеси оказват най-голямо влияние на търговските обекти от тип „удобен магазин“, чиято търговска ниша са малките и отдалечени населени места в планинските и обезлюдени райони на страната. Като типичен представител на този вид търговски обекти са магазините от веригата „КООП“ на ЦКС. В този тип селища реновирането и включването на кооперативните търговски обекти във веригата се посреща радушно от местното население. За тях те са символа на 21-ви век и начин да се докоснат до новостите в търговския процес. Това е пример за добра практика и доказва, че влагането на инвестиции както в подобряване на технологиите, така и в обучението на търговските работници води до бърза възвращаемост на средствата. При всяко реструктуриране на търговските кооперативни обекти се увеличава от три до пет пъти годишният им стокооборот. Точно по време на икономическа криза се доказват предимствата на кооперативния бизнес модел.

Според представените данни за динамиката на продажбите на дребно, както общо за страната така и в кооперативната търговия в рамките на изследвания период 2003-2011г. се очертава трайна тенденция на повишаване на техния размер с изключение на периода 2009-2010г., където се наблюдава лек спад, съответно 2% при продажбите в търговията на дребно и близо 5% спад при продажбите в кооперативната търговия на дребно (виж таблица 3). За изследвания период нарастването на продажбите на дребно в абсолютен размер е близо два пъти.

Таблица №3

Продажби, брой търговски обекти и брой заети лица в сектор Търговия на дребно в национален мащаб и в частност в кооперативната търговия на дребно за периода 2003-2011г.

Показатели / Години	мер.ед.	2003г.	2004г.	2005г.	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.
Заети в търговията на дребно	брой	243 983	251 305	250 067	246 340	259 302	344 106	332 114	304 557	305 347
отн. прираст при базисна основа	%		3,00	2,49	0,97	6,28	41,04	36,12	24,83	25,15
отн. прираст при верижна основа	%		3,00	-0,49	-1,49	5,26	32,70	-3,48	-8,30	0,26
Заети в кооперативната търговията на дребно	брой	5177	4987	4876	4935	4759	4759	4643	4437	4329
отн. прираст при базисна основа	%		-3,67	-5,81	-4,67	-8,07	-8,07	-10,31	-14,29	-16,38
отн. прираст при верижна основа	%		-3,67	-2,23	1,21	-3,57	0	-2,44	-4,44	-2,43
Търговски обекти в търговията на дребно	брой	103 298	105 241	106 564	108 798	109 691	111 370	121 039	130 102	132 304
отн. прираст при базисна основа	%		1,88	3,16	5,32	6,19	7,81	17,17	25,95	28,08
отн. прираст при верижна основа	%		1,88	1,26	2,10	0,82	1,53	8,68	7,49	1,69
Търговски обекти в кооперативната търговията на дребно	брой	4 107	3 870	3 508	3 490	3 447	3 338	3 207	3 020	2 856
отн. прираст при базисна основа	%		-5,77	-14,58	-15,02	-16,07	-18,72	-21,91	-26,47	-30,46
отн. прираст при верижна основа	%		-5,77	-9,35	-0,51	-1,23	-3,16	-3,92	-5,83	-5,43
Население на България	брой	7 801 273	7 761 049	7 718 750	7 679 290	7 640 238	7 606 551	7 563 710	7 504 868	7 327 224
Продажби в търговия на дребно	хил.лв.	13 435 611	15 881 309	18 901 752	22 737 405	28 129 629	33 318 487	29 826 660	29 277 314	31 122 316
отн. прираст при базисна основа	%		18,20	40,68	69,23	109,37	147,99	122,00	117,91	131,64
отн. прираст при верижна основа	%		18,20	19,02	20,29	23,72	18,45	-10,48	-1,84	6,30
Продажби в кооперативната търговия на дребно	хил.лв.	157 417	163 541	170 423	199 507	241 794	307 345	300 625	288 229	299 552
отн. прираст при базисна основа	%		3,89	8,26	26,74	53,60	95,24	90,97	83,10	90,29
отн. прираст при верижна основа	%		3,89	4,21	17,07	21,20	27,11	-2,19	-4,12	3,93

Пренебрегвайки малките промени обобщено може да се каже, че през последните години се запазва тенденция на сравнително постоянни продажби в кооперативната търговия на дребно, което е следствие най-вече от предлагането на голямо разнообразие висококачествени продукти на възможно най-ниски цени, гарантирани под знака на собствена търговска марка; повишаване силата при сключване на сделки от единно договаряне, което позволява да се оптимизират дистрибуционните разходи и да се повиши печалбата; привличане

на по-голям брой потребители в кооперативните търговски обекти; прилагане на ефективна система на обслужване (самообслужване), осигуряваща бързина и коректно обслужване; компютъризирането на обектите и въвеждането на информационни телекомуникационни мрежи; възможност за бърз и ефективен контрол на обектите от веригата при централизирано вземане на управленски решения и др.

През изследвания период е налице равномерно развитие в броя на търговските обекти. Обектите в кооперативната търговия на дребно намаляват с всяка изминала година и през 2011г. достигат най-малък брой за целия период - 2856 бр.⁸ Тази тенденция е резултат от изграждането на търговски обекти с по-голяма площ, които са от Търговска верига „КООП“, и намаляване броя на магазините с по-малка търговска площ, като по-голяма част от тях се оказват нерентабилни.

В националната търговия на дребно се наблюдава, обратна тенденция на развитие, като се наблюдава нарастване броя на търговските обекти, от 103 298 броя през 2003г. на 132 304 броя през 2011г.⁹ или се наблюдава ръст от 28%. През последните години в България навлязоха много нови формати. Според изследване на АС Nielsen, профилът на съвременната търговия на дребно в България се състои от модерни формати (20%) на утвърждаващи се наши и чуждестранни вериги и останалите формати (квартални, специализирани магазини) – средни и малки, чийто дял непрекъснато спада. Важна тенденция е следването на добрите световни практики, изразяваща се в мултиформатност и мултиканалност. Броят на магазините не расте, поради факта, че постоянно се отварят модерни обекти на веригите магазини и същевременно се закриват малки неефективни бакалии и други стари квартални и гаражни магазини.

Изследването на структурата на търговията на дребно показва, че сегашните 20% на модерните формати ще се повишат за сметка на намаляването на 60% малки магазини (виж таблица 4). Тенденцията е, че ще продължат да се развиват и утвърждават големите търговски обекти - хипер- и супермаркети на търговските вериги и ще се увеличи и броят на специализираните магазини, на удобните и на дискаунтарите. Точно тази тенденция следва и кооперативната търговия, като разширява ТВ „КООП“ за сметка на малките търговски обекти.

Таблица №4

Структура на организацията на търговията на дребно в България.¹⁰

Показатели	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.
Модерна ТД	0,25	0,313	0,36	0,401
Малки магазини	0,604	0,57	0,559	0,51
Други	0,146	0,117	0,101	0,089

Броя на търговските работници в кооперативната търговия на дребно бележи тенденция на спад, като техния брой намалява със всяка следваща година като от 5177 бр. през 2003г., през 2011г. техния брой е 4329 бр. Само през 2006г. в кооперативната търговия на дребно се разкриват 298 нови работни места и се наблюдава ръст от 1,21 % в броя на заетите в сравнение с 2005г., но през следващите години има ежегодно намаление.

Заетите в подсектор търговията на дребно нарастват както абсолютно (243 983 броя през 2003г., на 305 347 броя през 2011г.), така и относително (ръст 25%), но имат под средното равнище на образование и средни заплати. Общо секторът се нуждае от по-висока квалификация – по-високо образование, по-силно стимулиране, по-гъвкава почасова заетост,

⁸ ЦКС, 2007г., Отчет на управителния съвет на ЦКС за дейността на съюза в периода от 2003-2006г., София; ЦКС, 2011г., Отчет на управителния съвет на ЦКС за дейността на съюза в периода от 2007-2010г., София; ЦКС, 2012г., Отчет на управителния съвет на ЦКС за дейността на съюза в периода от 2011-2012г., София

⁹ Източник, НСИ, Вътрешна търговия, Търговски обекти за продажби на дребно - общо за страната и по статистически райони . Достъпно на: < <http://www.nsi.bg/otratal.php?otr=5&a1=632&a2=1118#cont> >

¹⁰ Източник: А. С. Nielsen. Достъпно на: < <http://nielsen.com/intl/bg.html> >

по-добри условия на труд и грижи от страна на ръководството с оглед на по-висока производителност на труда и по-висока култура на търговското обслужване.¹¹

С оглед задълбочаване на изследването на кооперативната търговия в България от особено значение са измерителите, които дават оценка за състоянието на търговската мрежа както в нея така и общо в страната. През периода 2003-2011г. показателите за концентрация на ТМД, степен на използване и териториалното разполагане на търговските обекти в по-голямата си част бележат положителни тенденции на развитие, което е индикатор за доброто развитие както на търговията на дребно общо в страната така и на кооперативната търговия на дребно.

Таблица №5

Показатели характеризиращи състоянието и развитието на търговската мрежа на дребно в България и в кооперативната търговия за периода 2003-2011г.¹²

Показатели / Години	мер.ед.	2003г.	2004г.	2005г.	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.
Концентрация на кооперативната търговска мрежа на дребно										
Търговски работници средно на 1 търговски обект	брой	1,26	1,29	1,39	1,41	1,38	1,43	1,45	1,47	1,52
Продажби на дребно средно на 1 търговски обект	хил.лв.	38,32	42,26	48,58	57,17	70,15	92,07	93,74	95,44	104,89
Концентрация на търговската мрежа на дребно в България										
Търговски работници средно на 1 търговски обект	брой	2,36	2,39	2,35	2,26	2,36	3,09	2,74	2,34	2,31
Продажби на дребно средно на 1 търговски обект	хил.лв.	130,07	150,9	177,37	208,99	256,4	299,17	246,4	241,9	235,23
Степен на използване - кооперативна търговия на дребно										
Продажби на дребно на 1 търговски работник	хил.лв.	30,407	32,793	34,951	40,427	50,81	64,582	64,75	64,96	69,197
Степен на използване - ТМД в България										
Продажби на дребно на 1 търговски работник	хил.лв.	55,068	63,195	75,587	92,301	108,5	96,826	89,81	96,13	101,92
Показатели за оценка на териториалното разполагане на кооперативните търговските обекти в страната										
Брой търговски обекти на 10 000 жители	брой	5,264	4,986	4,544	4,544	4,511	4,388	4,239	4,024	3,897
Брой търговски работници на 10 000 жители	брой	6,636	6,425	6,317	6,426	6,228	6,256	6,138	5,912	5,908
Показатели за оценка на териториалното разполагане на търговските обекти в страната										
Брой търговски обекти на 10 000 жители	брой	132,411	135,601	138,06	141,68	143,6	146,41	160	173,4	180,56
Брой търговски работници на 10 000 жители	брой	312,747	323,802	323,97	320,78	339,4	452,38	439,1	405,8	416,73

От данните в таблица 5 се наблюдава постоянно нарастване на продажбите на дребно в кооперативната търговия, реализирани от един търговски обект. Те се увеличават от 38,32 хил.лв. през 2003г. до 104,89 хил.лв. през 2011г., което е ръст от 3% или средногодишният темп на прираст е 1,1341 (13,41%)¹³. При показателя търговски работници средно на един търговски обект, се наблюдава същата тенденция на развитие. През целия изследван период се установява растеж, само през 2007г. се забелязва лек спад от – 2%.

Нарастването на показателя за оценка на концентрацията на ТМД в страната „продажби средно на един търговски обект“ е знак за прекратяване процеса на раздробяване на

¹¹ По непубликувани данни на НСИ, относно заетите в сектор „Търговия на дребно“ през периода 2004-2011г.

¹² Източник: На базата на данни на НСИ, 2003-2011г. и собствени изчисления

¹³
$$\bar{T} = \sqrt[n-1]{\frac{Y_n}{Y_0}} = \sqrt[9-1]{\frac{104,89}{38,32}} = \sqrt[8]{2,7372129} = 1,1341$$

търговската мрежа, което се отчита като сериозен негатив в развитието на отрасъла. Динамичните промени в сектора „Търговия на дребно“ са тясно свързани с процесите на концентрация на капитала на българските фирми и изграждането на регионални и национални търговски вериги, както и с навлизането на чуждестранни търговски вериги. Емблематични за процеса на концентрацията на търговията на дребно са търговските вериги и най-вече тези, които са посещавани най-често – веригите за бързооборотни стоки.

Тези сериозни участници на пазара на потребителски стоки създават условия за засилване на конкуренцията и в този контекст съдействат за установяване конкурентоспособността в отрасъла на нови, по-високи базови равнища.

Наблюдава се значителен ръст и на показателя за степен на използване „продажби на един търговски работник“, както в ТМД в България (85 % ръст през 2011г. спрямо 2003г.), така и в кооперативната търговия на дребно (128 % ръст през 2011г. спрямо 2003г.). Стойностите на показателя общо за ТМД се установяват на нива от 101 920 хил.лв. през 2011г., които са с 46 852 хил.лв. по-високи в сравнение с началото на изследвания период, а за ТМД в кооперативната търговия този показател нараства абсолютно с 38 790 хил.лв. през 2011г. спрямо базисната 2003г. В този аспект търговската мрежа на дребно както обща за страната, така и в кооперативната търговия бележи значителен напредък, продиктуван главно от масовото прилагане на прогресивни форми на обслужване на клиентите, и от въвеждането на съвременни технологии при осъществяване процесите на продажба.

Показателите за оценка на териториалното разполагане на кооперативните търговските обекти в страната като „брой търговски обекти на 10 000 жители“ и „брой търговски работници на 10 000 жители“ очертават намаляващ тренд на развитие през периода 2003-2011г. Той е продиктуван от намаление в броя на експлоатираните търговски обекти и респективно от намаляване на заетостта в кооперативната търговия на дребно.

Според данни на НСИ¹⁴ в България за 2003г. има 5336 населени места от които 260 са градове и 5076 - села, през 2011г. населението на страната е разпределено в 255 града и 5 047 села. което означава, че по отношение на търговията на дребно, на практика кооперативната система присъства реално в преобладаващата част от градовете и селата, но със значително малък брой обекти.

Показателите за оценка на териториалното разполагане на търговските обекти в страната, очертават положителен тренд на развитие през периода 2003-2011г. Влияние върху този положителен тренд оказват, както нарастването на броя на търговските обекти в страната, така и от увеличената заетост в отрасъл „Търговия на дребно“. Прави впечатление спадът на броя на търговските работници за периода 2009-2010г., както в националната търговия на дребно, така и в кооперативната търговия на дребно. Това е важен индикатор за ефективността на модерните технологии, които повишават производителността на труда в търговията на дребно, и намаляват необходимостта от търговски работници. За в бъдеще съществува вероятност тези положителни тенденции да се запазят при условие, че се реализират всички проекти за изграждане на предвидените търговски обекти както общо за страната така и в кооперативната търговия на дребно.

Силните страни на търговията на дребно са, че дава яснота за степента и фокуса на подобряването на ефикасността. Това дава възможност на сектора да повиши ползите и конкурентоспособността, която е нужна за жестоката конкуренция днес. Друга важна силна страна е напредналото прилагане и употреба на информационните и комуникационни технологии (ИКТ). Търговците на дребно са внедрили ИКТ в ежедневния работен процес, което води до по-голяма ефикасност и значително намаляване на разходите от една страна и по-силна връзка и обслужване на клиента от друга страна.

Концентрирането върху обслужването и познаването на клиентите е ключът към бъдещето на търговията на дребно. Чрез потребителските карти и собствените марки

¹⁴ http://www.nsi.bg/publications/Bulgaria2011_StPanorama.pdf

търговците на дребно могат да изградят силни връзки с клиентите и клиентска лоялност. Важни възможности са също мениджмънта на връзки с клиентите и масовото потребление.

Конкурентоспособността на търговските предприятия ще зависи както от промяната в организацията на търговските процеси, така и от съобразяването им с интернационализацията на пазара и потребителското поведение. Конкурентните предимства, които се получават за търговските предприятия са в повишената бързина на обработка на информацията, възможността във всеки един момент да има данни за всеки сток артикул, автоматизираното управление на стоките запаси и получаването на икономически резултати за деня, седмицата, месеца и по-дълги периоди. Всичко това дава възможност да се вземат навременни управленски решения, касаещи всеки обект от веригата и на предприятието като цяло.

Стремежът към здравословен начин на живот определя и търсенето на щадящи околната среда органични продукти. Акцентът върху екологично чисти и устойчиви продукти е и ще бъде все по-важен пазарен сегмент. Успешното опериране на този пазар ще доведе до растеж в сектора и следователно, до повече работни места.

Както в търговията на дребно общо за страната и в кооперативната търговия на дребно, бъдещите тенденции са свързани преди всичко с по-активно въвеждане на търговски информационни системи, които са необходима основа за внедряване на програми за лоялни клиенти или други форми за стимулиране на продажбите. Ще продължи прилагането на гъвкава ценова политика, в т.ч. чрез използването на електронните етикети чието внедряване до момента се извършва в 9 търговски обекта в страната и ще продължи разширяване броя на търговските обектите използващи електронни етикети.

По-нататъшното развитие на кооперативната търговия на дребно изисква, също: повишаване ефективността и разширяване на доставките чрез единния кооперативен пазар; прилагане на програми за икономия на енергия и ограничаване брака на стоките; активна работа с клиентите и текущо проучване на тяхното мнение чрез различни анкетни форми; по-активно предлагане на произвежданите в кооперативната система продукти (минерална вода, чай, сладкарски изделия, месни продукти и др.) и продуктите с марката „Кооп Премиум“; разработване на серия от здравословни храни (диетични, диабетични), които да се предлагат под марката „КООП“; разработване на нови форми за търговия на дребно чрез пилотно стартиране на магазини за интернет пазаруване; разширяване на асортимента от стоките, включвани в национални промоции - млечни продукти, месни продукти, здравословни храни, парфюмерия и козметика, битова химия, домашни потреби; подобряване качеството на обучение, в т.ч. текущо обучение на персонала.

Направеният сравнителен анализ на показателите за оценка на търговската мрежа на дребно в България и в кооперативната търговия за периода 2003-2011г., очертава сравнително благоприятни тенденции, в развитието както на търговията на дребно в страната, така и в развитието на кооперативната търговия на дребно. На фона на наблюдавания спад по отношение броя на търговските обекти и заетите в кооперативната търговия на дребно, се наблюдават някои положителни аспекти:

- Увеличение обема на общите продажби, и продажбите на дребно, като същата положителна тенденция се наблюдава и при развитието на продажбите в националната търговия, следователно, може да твърдим, че развитието им е повлияно в една или в друга степен, от едни и същи фактори.
- Наблюдава се известен ръст на продажбите средно на един търговски обект, което е благоприятно и показва подобряване на дейността им.
- От направения сравнителен анализ, се установи, че търговията на дребно общо за страната е от 3 до 5 пъти с по-големи характеристики по отношение на концентрацията, следователно кооперативната търговия на дребно има ниска степен на концентрация и заема незначително участие в обслужването на потребителите и в националната търговия и не може да бъде конкурент на създадените и успешно функциониращи български и чуждестранни вериги.

Въпреки някои отрицателни аспекти в развитието на кооперативната търговия, на база на направените проучвания, се локализираха някои възможни насоки за развитие, които ще допринесат за развитието на отрасъла и в частност на кооперативната търговия на много по-високи равнища.

Използвана литература:

1. История на кооперативното движение в България, Том 4, София, Изд: „Коопмедия“ ООД, 2013 г.;
2. Секторен анализ на компетенциите на работната сила в сектор „Търговия на дребно“, София, 2011 – 2012 г.;
3. Статистическа информационна система на ЦКС;
4. Стратегия за развитие на кооперативните организации от системата на ЦКС в периода 2012-2020 г., София;
5. ЦКС, Отчет на управителния съвет на ЦКС за дейността на съюза в периода от 2003-2006 г., София, 2007 г.;
6. ЦКС, Отчет на управителния съвет на ЦКС за дейността на съюза в периода от 2007-2010 г., София, 2011 г. ;
7. ЦКС, Отчет на управителния съвет на ЦКС за дейността на съюза през 2012г., София, 2012г.
8. www.cooptrade.bg
9. www.cks.bg
10. www.nsi.bg
11. www.nielsen.com

За контакти:

Докторант Диана Илиева Шопова
Икономически университет – Варна
diana.ilieva_1987@abv.bg