

К ВОПРОСУ О ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Торговля является основной отраслью деятельности потребительской кооперации. Под влиянием конкуренции в ряде регионов Республики Беларусь, где потребительская кооперация ранее занимала практически монопольное положение, в настоящее время торговое обслуживание осуществляется сетевыми или коммерческими структурами. Кроме того, система потребительской кооперации обслуживает в основном сельское население, обладающее низкой платежеспособностью, что также отражается на объеме товарооборота. В статье представлены тенденции развития конечных финансово-экономических показателей торговой деятельности потребительской кооперации и определены отдельные направления повышения эффективности ее деятельности.

Trade is the main branch of activity of consumers' kooperazim. Under the influence of competition in a number of regions of the country, where the consumer cooperatives previously took almost a monopoly position, currently trading service carried out by network or someone-profit organizations. In addition, the consumer cooperation system serves mainly the rural population having low solvency-lities, which is also reflected in the volume of turnover. The article presented a pre-development trend of the final financial and economic indicators of trade activity of consumer cooperation and identified specific areas of performance improvement.

Ключевые слова: торговля; эффективность; ресурсы; товарооборачиваемость; доходы; расходы; прибыль; результаты.

Key words: trade; efficiency; resources for tovarooborachivae; revenues; costs; profits; results.

Проблема эффективности кооперативной торговли сложна и многогранна. Она включает множество составных частей, различных по своей социально-экономической значимости, что предполагает ее исследование с позиции каждого из компонентов и в то же время с позиции системного подхода к отрасли в целом.

Задача торговли заключается, в первую очередь, в максимизации удобств для покупателей, сокращении затрат времени населения на покупку товаров, развитии прогрессивных форм обслуживания.

В современных условиях на потребительском рынке действует большое число торговых организаций различных форм собственности, что неизбежно приводит к развитию конкуренции между ними. Развитие конкуренции, сокращение численности сельского населения и относительное уменьшение его покупательной способности обусловили снижение удельного веса товарооборота потребительской кооперации в товарообороте республики. В 1991 г., например, он составлял 33,5%, в 1995 г. – 20,1, в 2005 г. – сократился до 15,3%, за 2015 г. составил 8,4% [1].

В данных условиях повышение эффективности деятельности торговых организаций потребительской кооперации должно обеспечиваться, прежде всего, за счет таких факторов, как рост производительности труда, рациональное использование торговых площадей, оснащение торговых объектов новой техникой, внедрение передовой торговой технологии и других, связанных с процессами интенсификации развития отрасли.

Важнейшими из экономических условий, которые создают возможности такого развития, являются:

- ускорение темпов роста товарных ресурсов и платежеспособного спроса (расширение внутреннего рынка);
- внедрение достижений научно-технического прогресса;
- повышение эффективности использования трудовых ресурсов и материально-технической базы.

Материально-техническая база в отрасли торговли потребительской кооперации непрерывно совершенствуется.

По состоянию на 1 января 2015 г. Белкоопсоюз располагает 9 109 магазинами общей торговой площадью 952,2 тыс. м², в том числе в малых населенных пунктах сельской местности с численностью жителей менее 50 чел. – более 0,3 тыс. магазинов общей торговой площадью 17,5 тыс. м².

За 2011–2015 гг. открыто (путем нового строительства, реконструкции, приобретения) 78 крупных торговых объектов площадью более 500 м², 428 объектов шаговой доступности, модернизировано 208 магазинов, восстановлена работа 460 ранее закрытых объектов, приобретено 9,3 тыс. ед. холодильного оборудования, 477 специализированных автомагазинов. Формируется торговая сеть под брендом «Родны кут» (на 1 января 2016 г. функционирует 2,2 тыс. объектов под данным брендом). В рамках работы по развитию безналичных расчетов за 2011–2015 гг. в торговой сети дополнительно установлено 6 365 ед. банковских платежных терминалов [2].

Немаловажное значение в оценке эффективности кооперативной торговли принадлежит уровню расходов на реализацию товаров, который характеризует экономичность процесса обращения товаров.

Рассмотрим в таблице 1 динамику уровня расходов на реализацию товаров по облпотребсоюзам во взаимосвязке с изменением уровня доходов и рентабельности.

Анализируя показатели таблицы, следует отметить, что в 2000, 2001, 2005 гг. в розничной торговле наблюдаются убытки; уровень расходов на реализацию товаров превышает уровень доходов практически по всем облпотребсоюзам. В 2013 г. рентабельность в целом по торговле Белкоопсоюза составила 0,16%, вместе с тем в 2014 г. убыточность составила 0,04% к товарообороту.

В 2015 г. допущено снижение розничного товарооборота к уровню 2014 г. (92,4% при прогнозе 101%) [1].

Таблица 1 – Динамика уровня доходов, расходов и рентабельности по организациям системы Белкоопсоюза за 2000–2014 гг., в % к товарообороту или реализации

Облпот-ребсоюз (облпотребобщество)	2000			2001			2005			2013			2014		
	Уровень доходов	Уровень расходов	Рентабельность (убыточность)	Уровень доходов	Уровень расходов	Рентабельность (убыточность)	Уровень доходов	Уровень расходов	Рентабельность (убыточность)	Уровень доходов	Уровень расходов	Рентабельность (убыточность)	Уровень доходов	Уровень расходов	Рентабельность (убыточность)
Брестский	15,56	15,82	0,47	16,59	16,83	-0,18	18,36	17,8	0,12	18,59	14,86	0,4	18,41	15,00	0,25
Витебский	15,58	15,9	0,58	16,64	17,27	-0,45	17,66	18,1	-0,88	17,9	16,2	-0,5	17,76	16,32	-0,59
Гомельский	14,27	14,97	-0,1	15,72	17,67	-1,71	18,48	17,9	0,44	18,43	15,77	0,29	17,88	15,59	0,32
Гродненское	16,07	17,84	-0,9	16,63	19,13	-2,27	18,3	17,84	0,07	17,88	15,99	-0,29	17,95	15,9	-0,82
Минский	15,74	16,65	-0,11	16,45	18,03	-0,81	16,97	17,62	-0,12	18,4	16,6	0,15	18,05	16,75	-0,07
Могилевский	16,11	18,05	-1,0	17,41	19,85	-2,25	18,56	19,52	-1,41	19,0	15,09	0,60	18,23	14,64	0,5
Белкоопсоюз	15,7	16,53	-0,04	16,6	18,09	-1,2	18,23	18,3	-0,24	18,9	16,1	0,16	18,74	16,26	-0,04

Примечание – Источник [3]–[7].

За 11 месяцев 2015 г. не выполнены прогнозные параметры по валовой добавленной стоимости – 87,5% при прогнозе 100,5%, рентабельности продаж – 1,26% при прогнозе 1,7%, рентабельности по чистой прибыли – минус 0,04% при прогнозе 0,9%, производительности труда по выручке от реализации продукции – 95,5% при прогнозе 101,5%.

Несмотря на проводимую широкомасштабную работу по реализации непродовольственных товаров как за счет расширения торговых площадей, так и проведения различных акционных мероприятий, стимулирующих спрос населения, не удалось достигнуть установленного параметра по удельному весу непродовольственных товаров в общем объеме розничного товарооборота в размере 25 – 13,5% по итогам 2015 г. [1].

Для повышения эффективности деятельности торговых организаций потребительской кооперации необходимо совершенствовать ассортиментную политику, которая должна способствовать ускорению товарооборачиваемости, оптимизации расходов на реализацию товаров и соответствующему росту прибыли.

При планировании ассортиментной структуры розничного товарооборота следует учитывать, что затратно-емкость отдельных товарных групп в торговле далеко не одинакова. Из продовольственных товаров наименее затратно-емкими являются яйца, масло животное, чай, колбасные изделия, а высокий уровень расходов на реализацию имеют консервы овощные, безалкогольные напитки и др. Из непродовольственных товаров наименее затратно-емкими являются ткани, трикотаж, часы, а наиболее затратно-емкими – музыкальные товары, печатные издания и др. Учет этого фактора может помочь формированию ассортимента товаров и достижению наибольшей эффективности при торговле ими [8].

Рациональное ведение хозяйства требует систематического поиска путей и методов наиболее экономного использования товарных запасов, ускорения их оборачиваемости. Ускорение или замедление оборачиваемости товаров служит важнейшим фактором изменения уровня расходов на реализацию товаров. При ускорении товарооборачиваемости, снижении доли неходовых и залежалых товаров эффективность торговли резко возрастает. Недостатки в организации торговли, низкое качество некоторых товаров, несоответствие их спросу населения приводят к замедлению их оборачиваемости.

Рассмотрим в таблице 2 динамику товарооборачиваемости (в днях) по системе Белкоопсоюза за 2000–2014 гг.

Анализируя показатели таблицы, следует отметить цикличность в динамике товарооборачиваемости. Отрицательным является замедление товарооборачиваемости в 2014 г. по сравнению с 2000 г. как в целом по Белкоопсоюзу, так и по всем облпотребсоюзам.

Таблица 2 – Динамика товарооборачиваемости по системе Белкоопсоюза за 2000–2014 гг., дней

Облпотребсоюз (облпотребобщество)	2000	2001	2012	2013	2014
Брестский	28	28	42	43	42
Витебский	27	27	43	42	41
Гомельский	32	29	42	41	40
Гродненское	35	32	43	43	42
Минский	29	28	39	39	40
Могилевский	31	32	37	37	38
Белкоопсоюз	30	28	41	41	40
Примечание – Источник [3–7].					

Эффективность отрасли торговли нельзя рассматривать только как результат ее собственной деятельности. Важнейшее значение имеют при этом глубина и степень общественного разделения труда между отраслями деятельности. Так, например, фасовка, упаковка, маркировка товаров, их контейнеризация, кодирование все больше становятся сферой деятельности промышленности, производящей товары народного потребления. В общественном питании обособляется производство полуфабрикатов, готовых и полуготовых (в том числе замороженных) блюд и продуктов.

Все эти процессы разделения труда ведут к повышению его общественной производительности, являются существенными резервами повышения эффективности и улучшения других показателей торговой деятельности. Развитие и углубление общественного разделения труда делают необходимым совершенствование связей между торговлей и производством. Оно должно направляться на достижение динамичного развития между спросом и предложением, что, в свою очередь, обеспечивает как реализацию товаров, так и удовлетворение спроса населения.

Промышленная политика в республике осуществляется в соответствии с Программой развития промышленного комплекса Республики Беларусь на период до 2020 года. По состоянию на 1 января 2015 г. число организаций промышленности в Республике Беларусь составило 13 696 ед.; объем промышленного производства – 673 850 млрд р., рост в сопоставимых ценах к предыдущему году – 102%; прибыль от реализации продукции – 56 935 млрд р., рентабельность продукции – 7,6%. Реализация мероприятий программы позволила обеспечить наращивание объемов производства промышленной продукции, увеличить объемы экспорта, закрепить положительные тенденции по энергосбережению, увеличить масштабы привлечения инвестиций [9].

В системе потребительской кооперации также наметились положительные тенденции в развитии промышленности. Темп роста производства промышленной продукции за 2011–2015 гг. составил 126,7%, что соответствует среднегодовому показателю в размере 104,9%. Проведена модернизация 71 промышленного объекта, проведена концентрация и специализация 35 промышленных предприятий, в том числе 12 хлебопекарных, 16 мясоперерабатывающих, 2 рыбоперерабатывающих, 5 цехов по производству безалкогольных напитков [2].

Таким образом, повышение эффективности торговли потребительской кооперации обусловлено, прежде всего, развитием связанных с нею отраслей материального производства: промышленности, производящей товары народного потребления; машиностроения, обеспечивающего торговлю современными техническими средствами; строительства; улучшением всех видов транспортного обслуживания и др.

Создание более современных и готовых к потреблению товаров способствует совершенствованию методов их продажи и обслуживания покупателей. В частности, совершенствуется упаковка продовольственных товаров. Все большее количество этих товаров поступает в торговлю, пройдя предварительный процесс фасовки, упаковки, маркировки и т. п. Это не только сохраняет потребительские качества продукта, предохраняет от потерь в процессе обращения, но также существенно повышает производительность труда работников торговли и экономит время покупателей на приобретение товаров.

Следует учитывать, что система потребительской кооперации обслуживает в основном сельское население, которое обладает низкой платежеспособностью и приобретает преимущественно продовольственные товары. Так, удельный вес продажи продовольственных товаров за 2015 г. по системе Белкоопсоюза составил 86,5% [1]. Сокращение доли непродовольственных товаров, являющихся менее затратно-емкими, негативно сказывается на результатах деятельности торговли.

Все более важным для повышения эффективности торговли потребительской кооперации становится рост производительности труда.

Наиболее существенным факторам роста производительности труда в торговле является совершенствование технологии торговых процессов на всем пути движения товаров от производства до торгового объекта. Переход к рациональной технологии движения товаров решает комплекс вопросов промышленности, транспорта и торговли. В промышленности это означает механизацию и автоматизацию конечных операций по выпуску готовой продукции; для автомобильного транспорта – это сокращение простоев автомашин под погрузкой и выгрузкой и в связи с этим увеличение коэффициента пробега машин, механизация трудоемких погрузочно-разгрузочных работ. Для торговли это сокращение объема трудоемких работ по разгрузке товаров и их перемещению внутри торгового объекта, фасовке, упаковке, учету; уменьшение подсобных площадей для хранения товаров; более эффективное использование торговых залов и регулярное пополнение товарных запасов.

В торговых организациях зачастую отсутствует надлежащая складская база. В условиях, когда промышленные организации приобретают все более узкую специализацию, а транспортные перевозки ориентированы на механизированную доставку пакетированных грузов или контейнеров, регулярное товароснабжение торговой сети требует в определенных случаях специального складского звена. Подобные склады могут быть центрами не только для хранения товаров, но, главным образом, для комплектации ассортимента, разукрупнения промышленных партий товаров, подготовки товаров к продаже и ритмичного товароснабжения розничной торговой сети. Наличие такого промежуточного склада, на первый взгляд, кажется введением дополнительного звена на пути движения товаров, увеличивающего время и расходы. Однако это лишь кажущиеся потери. На деле это более современная система движения товаров и более эффективная ее организация. Следует учитывать, что использование площади магазинов под хранение товарных запасов сокращает размеры торговых залов, уменьшает пропускную способность магазинов, удорожает строительство.

Распределение товарных запасов по большому числу магазинов резко снижает маневренность в управлении товарной массой. Попав в магазины, товары продолжают там находиться до их полной реализации, что требует значительных затрат на хранение, уценку, вызывает потери качества и т. п. Время обращения товаров в результате их концентрации в магазинах не сокращается, а возрастает. Кроме того, магазины, заполненные товарами, не имеют возможности поддерживать необходимый стабильный ассортимент; для новых товаров не находится места, пока старые товарные запасы не реализованы. Концентрация же товаров на складах позволяет направлять их в магазины в ассортименте, скомплектованном соответственно по размерам и профилю каждого торгового объекта, особенностям спроса. Данная система товароснабжения создает более благоприятные возможности для эффективного использования материально-технической базы, трудовых ресурсов и лучшей организации торгового обслуживания [8].

Большое внимание развитию оптовой торговли уделяется в Концепции развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы. С 1 апреля 2014 г. организована работа единого оптово-логистического центра потребительской кооперации УП «Белкоопвнешторг Белкоопсоюза», выполняющего функции оптового оператора по поставке товаров, в том числе критического импорта, как получателям потребительской кооперации, так и внесистемным организациям, в том числе субъектам малого бизнеса [2].

Исходя из целей концепции перед торговой отраслью Белкоопсоюза до 2020 г. ставятся следующие задачи:

- дальнейшее развитие и оптимизация товаропроизводящей инфраструктуры торговли для обеспечения ее максимальной эффективности;
- стимулирование развития торговли в райцентрах;
- обеспечение условий для дальнейшего поступательного развития торговли в сельской местности;
- совершенствование традиционных форматов торговли, а также дистанционной торговли;
- улучшение имиджа торговой отрасли потребительской кооперации.

Данные направления позволят, на наш взгляд, повысить эффективность торговой деятельности организаций потребительской кооперации.

Список использованной литературы

1. **Об итогах** работы потребительской кооперации за 2015 год, выполнения поручений Президента Республики Беларусь, Отраслевой программы развития потребкооперации на 2011–2015 годы : постановление Правления Белкоопсоюза от 19 февр. 2016 г. № 1. – Минск : Белкоопсоюз, 2005. – 6 с.
2. **Об утверждении** Концепции развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы : постановление Правления Белкоопсоюза от 29 февраля 2016 г. № 47. – Минск : Белкоопсоюз, 2016. – 27 с.
3. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2001 г. : стат. сб. – Минск : Белкоопсоюз, 2001. – 75 с.
4. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2002 г. : стат. сб. – Минск : Белкоопсоюз, 2002. – 75 с.
5. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2005 г. : стат. сб. – Минск : Белкоопсоюз, 2005. – 75 с.
6. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2013 г. : стат. сб. – Минск : Белкоопсоюз, 2013. – 75 с.
7. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2014 г. : стат. сб. – Минск : Белкоопсоюз, 2014. – 75 с.
8. **Фридман, А. М.** Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества : учеб. – М. : Дашков и К°. – 628 с.
9. **Об утверждении** программы развития промышленного комплекса Республики Беларусь на период до 2020 г. : постановление Совета Министров Республики Беларусь от 5 июля 2012 г. № 622 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2012. – № 5/35993.