

УДК 338.46:334.735

**Т. Н. Сыроед,***кандидат экономических наук, профессор  
Белорусского торгово-экономического университета  
потребительской кооперации***В. А. Миклушова,***доцент Белорусского торгово-экономического  
университета потребительской кооперации***В. Е. Колесникова,***кандидат экономических наук, доцент  
Белорусского торгово-экономического университета  
потребительской кооперации*

## **ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ В ТОРГОВЛЕ ТОВАРАМИ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ И РОЛЬ В НЕЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ**

В статье проанализировано формирование конкурентной среды на потребительском рынке товаров и услуг в условиях перехода экономики Республики Беларусь к рыночным отношениям, выявлены основные тенденции и направления ее развития, определена роль торговли потребительской кооперации в этом процессе. Дана оценка влияния конкуренции на рынке товаров народного потребления на качество торгового обслуживания и занятость населения в этой сфере.

The article analyzes a competitive environment in the consumer goods and services market in the transition economy of the Republic of Belarus to the market economy, the main tendencies and directions of its development were revealed, the role of trade in consumer cooperation in this process were defined. The influence of the competition in the market of consumer goods on the trade services quality and employment-population in this area was estimated.

### **Введение**

*Формирование рыночных отношений в экономике Республики Беларусь связано с развитием бизнеса и предпринимательства, законодательной основой этого процесса явился принятый в 1993 году Закон «О предпринимательстве в Республике Беларусь». В связи с этим потребовалось серьезное реформирование экономики, которое подразумевало разделение функций управления и владения, т. е. передачу функций государственных организаций другим хозяйствующим субъектам собственности. Законодательной основой этого процесса в экономике Беларуси явились Закон Республики Беларусь «О разгосударвлении и приватизации» (1993 г.) и «Законы о внесении изменений и дополнений в законодательные акты по вопросам разгосударвления и приватизации» (1999 г.) и др.*

*Целью реформирования экономики страны и перехода к рыночным отношениям явилось создание социально ориентированной, многоукладной рыночной экономики на основе стимулирования предпринимательства и ликвидации монополизма, развития конкуренции между субъектами рынка различных форм собственности.*

*В составе объектов первоначальной приватизации в Республике Беларусь были определены предприятия торговли, общественного питания как наиболее подготовленные к работе в рыночных условиях и представляющие рынок товаров народного потребления, т. е. важнейшую составляющую экономического рынка страны.*

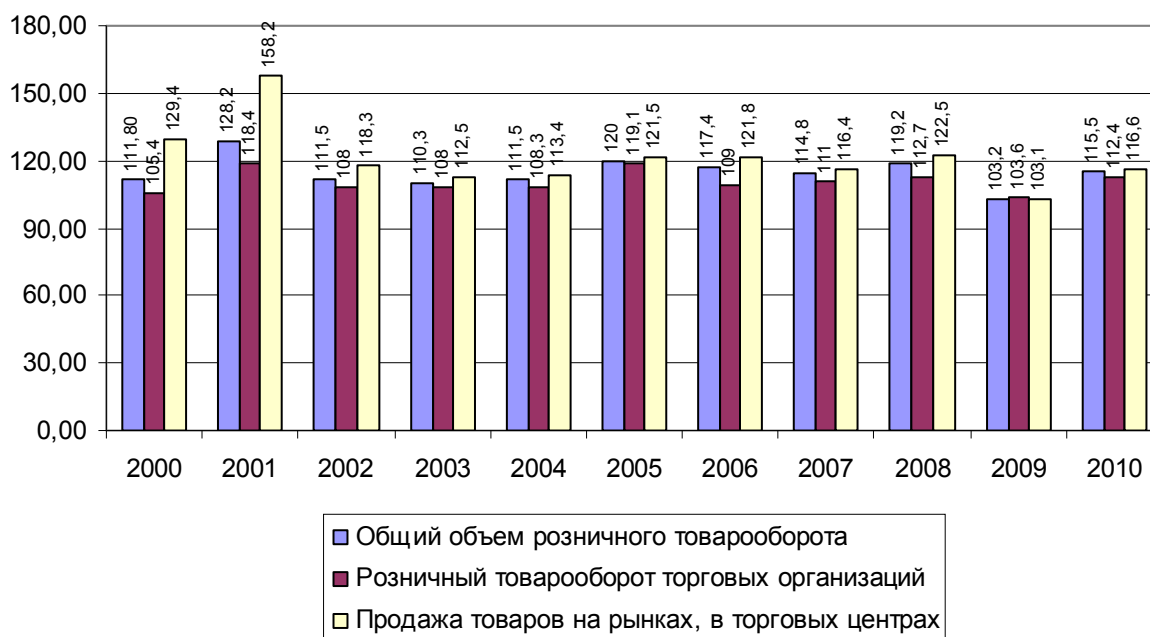
Формирование конкурентной среды в торговле товарами народного потребления имеет важное значение для повышения эффективности функционирования общественного производства страны в целом, так как в стоимости реализованных ею товаров находят воплощение конечные результаты деятельности многих отраслей экономики: промышленности, сельского хозяйства, инфраструктуры. Торговля объединяет интересы производителей и потребителей, и лишь в условиях

реализации товаров потребителям обеспечивается общественное признание рациональности вложенных средств в производство товаров народного потребления и возмещение материальных, финансовых и трудовых ресурсов производства, а также формирование различных накоплений в производстве и сфере обращения.

Объем розничного товарооборота в целом во внутренней торговле используется в числе основных показателей для оценки социально-экономического положения страны при характеристике масштаба и структуры потребительского рынка. Этот показатель в значительной степени влияет на денежное обращение, определяет бюджетные поступления и находит отражение во многих других макроэкономических аспектах. По тому, как развивается розничный товарооборот, каковы темпы его роста и как изменяется его структура, дается оценка уровня жизни населения.

Данные о развитии розничного товарооборота позволяют оценить степень проникновения на внутренний и внешний рынок, оценить сложившуюся конъюнктуру рынка, конкурентную позицию на рынке и темпы экономического развития торговли.

На основании исследования динамики общего объема розничного товарооборота за период с 2000 по 2010 год (в сопоставимых ценах) выявлена тенденция ежегодного его роста в процентах к предыдущему, что представлено на рисунке. Причем ежегодные темпы прироста составили от 3,2% (в 2009 году) до 28,2% (в 2001 году). По различным каналам реализации наблюдается та же тенденция. Так, ежегодные темпы прироста розничного товарооборота торговых организаций колебались от 3,6 до 19,1%, а на рынках и в торговых центрах этот показатель был в пределах 3,1 и 58,2%. Следовательно, опережающими темпами развивался розничный товарооборот по такому каналу реализации, как рынки и торговые центры, что подтверждает вывод о формировании конкурентной среды на потребительском рынке.



**Динамика общего объема розничного товарооборота Республики Беларусь по каналам реализации (в сопоставимых ценах; в процентах к предыдущему году)**

Показатели динамики розничного товарооборота в сопоставимых ценах за исследуемый период отражали рост физического объема продаж, следовательно, и повышение роста жизненного уровня населения Республики Беларусь. Данный вывод подтверждается изменениями в структуре розничного товарооборота (таблица 1).

**Таблица 1 – Структура розничного товарооборота Республики Беларусь за период 1990, 2000, 2005–2010 годы (в % к итогу)**

| Структура   | 1990 | 2000 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Розничный товарооборот Республики Беларусь, всего | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  |
| В том числе:                                      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| продовольственные товары                          | 44,9 | 60,7 | 53,7 | 51,8 | 51,1 | 49,5 | 51,1 | 49,9 |
| непродовольственные товары                        | 55,1 | 39,3 | 46,3 | 48,2 | 48,9 | 50,5 | 48,9 | 50,1 |

В период политической нестабильности и формирования национальных государств в рамках бывшего СССР в розничном товарообороте значительно увеличился удельный вес продовольственных товаров: так, в 2000 году он составил 60,7% против 44,9% в 1990 году. В последующие периоды экономической стабильности в экономике Республики Беларусь структура товарооборота изменялась в направлении повышения доли непродовольственных товаров в общей реализации их на потребительском рынке. Из общей тенденции в 2009 году по сравнению с 2008 годом несколько снизилась доля непродовольственных товаров – оказал влияние мировой финансовый кризис.

Программой социально-экономического развития Республики Беларусь на 2006–2010 годы предполагалось довести долю непродовольственных товаров в общем объеме розничного товарооборота до 50–51%, фактически в 2010 году он составил 50,1%. Следовательно, этот показатель соответствует заданным программой параметрам изменения его за пятилетку.

О состоянии рынка товаров народного потребления и происходящих рыночных преобразованиях, в том числе о развитии конкуренции, можно судить по соотношению розничного товарооборота организации торговли розничных форм собственности (таблица 2).

Таблица 2 – **Формирование конкурентной среды в торговле товарами народного потребления Республики Беларусь за период 1990, 2000, 2005–2010 годы (в фактически действующих ценах)**

| Показатели  | 1990  | 2000* | 2005   | 2006     | 2007   | 2008   | 2009   | 2010   |
|---|-------|-------|--------|----------|--------|--------|--------|--------|
| Общий объем розничного товарооборота (в фактически действующих ценах), млрд р.                                | 18,7  | 4 197 | 25 230 | 31 062   | 38 168 | 50 651 | 54 736 | 68 136 |
| В том числе по формам собственности:  |       |       |        |          |        |        |        |        |
| государственная   | 12,3  | 1 044 | 3 989  | 4 794    | 5 711  | 7 454  | 7 967  | 8 460  |
| частная   | 6,4   | 3 119 | 20 654 | 25 319,4 | 31 249 | 41 503 | 44 808 | 56 306 |
| из нее:   |       |       |        |          |        |        |        |        |
| потребительская кооперация  | 6,2   | 584   | 2 439  | 3 075    | 3 694  | 4 804  | 5 388  | 6 386  |
| иностранная   | –     | 34    | 587    | 948      | 1 208  | 1 694  | 1 961  | 3 370  |
| Общий объем розничного товарооборота, в % к числу   | 100,0 | 100,0 | 100,0  | 100,0    | 100,0  | 100,0  | 100,0  | 100,0  |
| В том числе по формам собственности:**  |       |       |        |          |        |        |        |        |
| государственная   | 65,8  | 24,91 | 15,81  | 15,4     | 15,0   | 14,9   | 14,5   | 12,4   |
| частная   | 34,2  | 74,3  | 81,86  | 81,5     | 81,9   | 81,9   | 81,9   | 82,6   |
| из нее:   |       |       |        |          |        |        |        |        |
| потребительская кооперация  | 33,2  | 13,9  | 9,7    | 9,9      | 9,7    | 9,5    | 9,8    | 9,4    |
| иностранная   | –     | 0,8   | 2,33   | 3,1      | 3,1    | 3,4    | 3,6    | 5,0    |
| * Стоимостные показатели с учетом деноминации 2000 года (уменьшение в 1000 раз).                              |       |       |        |          |        |        |        |        |
| ** Данные по формам собственности приведены в соответствии с действующим в настоящее время законодательством. |       |       |        |          |        |        |        |        |

Исторически сложилось, что в условиях функционирования СССР торговлю товарами народного потребления в Республике Беларусь осуществляли организации государственной и частной форм собственности. Так, в 1990 году розничный товарооборот организаций торговли государственной формы собственности во всем розничном товарообороте Беларуси составил 65,8%, частной – 34,2%, в том числе потребительской кооперации – 33,2%.

Таким образом, на рынке товаров народного потребления Республики Беларусь монополистами были организации государственной формы собственности, а на селе – организации торговли системы потребительской кооперации.

Через 20 лет (1990–2010 годы) ситуация значительно изменилась в соответствии с проводимыми мероприятиями по разгосударствлению и приватизации, которые способствовали формированию рыночной среды и конкуренции в торговле. Так, доля товарооборота организаций торговли государственной формы собственности значительно сократилась и составила 12,4% в 2010 году против 65,8% в 1990 году, частной формы собственности – увеличилась до 82,6% в 2010 году против 34,2% в 1990 году; кроме того, с 2000 года в сфере торговли появились организации с иностранной формой собственности (0,8%), доля которых в 2010 году составила 5%.

Следует отметить, что изменилась и роль потребительской кооперации на рынке товаров народного потребления (таблица 3). В 1990 году, как было выявлено выше, доля организаций

торговли частной формы собственности в розничном товарообороте Республики Беларусь составила 34,2%, в том числе потребительской кооперации – 33,2%. В розничном товарообороте организаций частной формы собственности доля организаций торговли потребительской кооперации составила 96,9%. Следовательно, торговля потребительской кооперации в 1990 году занимала монопольное положение на рынке товаров народного потребления страны среди организаций частной формы собственности этой сферы.

Таблица 3 – Доля торговли потребительской кооперации в розничном товарообороте Республики Беларусь за период 1990, 2000, 2005–2010 годы

| Показатели   | 1990 | 2000 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | Отклонение 2010 года к 1990 году (+; –) |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|---|
| 1. Общий объем розничного товарооборота, %                           | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | –                                       |
| В том числе потребительской кооперации                               | 33,2 | 13,9 | 9,7  | 9,9  | 9,7  | 9,5  | 9,8  | 9,4  | –23,8                                   |
| 2. Розничный товарооборот организаций частной формы собственности, % | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | –                                       |
| В том числе потребительской кооперации                               | 96,9 | 18,7 | 11,8 | 12,1 | 11,8 | 11,6 | 12,0 | 9,37 | –87,53                                  |

Ситуация существенно изменилась в условиях углубления конкуренции на рынке товаров народного потребления в соответствии с реформированием экономики в целом и переходом к рыночным отношениям. Так, в 2000 году доля потребительской кооперации в розничном товарообороте Беларуси снизилась до 13,9% против 33,2% в 1990 году, в 2010 году эта доля составила 9,4%; таким образом, снижение доли потребительской кооперации в период с 1990 по 2010 год составило 23,8%. Следовательно, основными конкурентами организаций торговли потребительской кооперации по убывающей являются другие организации торговли частной, государственной и иностранной форм собственности.

Формирование конкурентной среды в таком секторе экономики, как торговля, не является самоцелью, а предполагает, с одной стороны, повышение качества торгового обслуживания, с другой – повышение влияния этой среды на ценообразование в сфере обращения товаров народного потребления, ликвидации монополии на торговое обслуживание населения.

Исследуя некоторые результаты формирования конкурентной среды на рынке товаров народного потребления, следует отметить влияние этого процесса на повышение качества торгового обслуживания и улучшение условий покупки товаров населением, которые могут характеризоваться показателями развития материально-технической базы розничной торговли Республики Беларусь (таблица 4).

Таблица 4 – Развитие материально-технической базы розничной торговли Республики Беларусь за 1990, 2000, 2005, 2010 годы

| Показатели   | 1990  | 2000  | 2005  | 2010  | 2010 год по сравнению с 1990 годом |                |
|--|-------|-------|-------|-------|------------------------------------|----------------|
|  |       |       |       |       | Отклонение (+; –)                  | Темп роста (%) |
| Число объектов розничной торговой сети (на конец года), тыс. | 29,1  | 30,8  | 34,2  | 45,7  | 16,6                               | 157,0          |
| Торговая площадь магазинов, тыс. м <sup>2</sup>              | 2 367 | 2 695 | 2 856 | 3 705 | 1 338                              | 156,5          |
| Число объектов общественного питания (на конец года), тыс.   | 13,8  | 8,7   | 10,5  | 12,0  | –1,8                               | 86,96          |
| Число мест в объектах общественного питания, тыс.            | 932,4 | 634,1 | 689,9 | 741,0 | –191,4                             | 79,47          |
| Число рынков, ед.  | 220   | 293   | 368   | 401   | 181                                | 182,3          |
| Торговых мест на рынках                                      | 38,8  | 62,3  | 62,4  | 109,8 | 71,0                               | 283,0          |
| В расчете на 10 000 человек населения (на конец года):       |       |       |       |       |                                    |                |
| магазины и палатки, ед.                                      | 29    | 31    | 35    | 48    | 19                                 | 165,5          |
| торговая площадь магазинов, м <sup>2</sup>                   | 2 323 | 2 695 | 2 945 | 3 908 | 1 585                              | 168,2          |
| объекты общественного питания, ед.                           | 14    | 9     | 11    | 13    | –1                                 | 92,9           |
| места в объектах общественного питания                       | 915   | 634   | 711   | 782   | –133                               | 85,5           |

Формирование конкурентной среды и ликвидация монополизма организаций государственной формы собственности на рынке товаров народного потребления Республики Беларусь привело к значительному улучшению материально-технической базы розничной торговли.

Так, в розничной торговле в 2010 году по сравнению с 1990 годом произошло увеличение числа объектов розничной торговли на 16,6 тыс. ед. (т. е. темп роста составил 157%) и торговой площади магазинов – на 1 338 тыс. м<sup>2</sup> (т. е. темп роста составил 156,5%).

Кроме того, в расчете на 10 000 тыс. человек эти показатели развития материально-технической базы розничной торговли оказались значительно выше: число объектов розничной торговли увеличилось на 19 ед., или темп роста составил 165,5%; торговая площадь магазинов увеличилась на 1 585 м<sup>2</sup>, или темп роста составил 168,2%.

Следует также отметить, что на улучшение показателей развития материально-технической базы розничной торговли Республики Беларусь в расчете на 10 000 тыс. жителей определенное влияние оказал фактор снижения численности населения Республики Беларусь.

Развитие материально-технической базы общественного питания характеризуется противоположной тенденцией: число объектов общественного питания в 2010 году по сравнению с 1990 годом сократилось на 1,8 тыс. ед. (86,96%); число мест в объектах общественного питания уменьшилось на 191,4 тысяч и составило в 2010 году 79,17% по сравнению с 1990 годом.

Таким образом, формирование конкурентной среды в общественном питании привело к значительному сокращению количества объектов питания и мест в них в основном за счет мелких объектов, так как число мест в этих предприятиях составило в 2010 году по сравнению с 1990 годом лишь 49,7% и количество объектов питания в 2010 году по сравнению с 1990 годом составило 86,96%.

Формирование рыночной среды торговли товарами потребления Республики Беларусь повлияло на размещение трудовых ресурсов страны по отраслям за счет увеличения численности занятых в торговле и общественном питании (таблица 5).

Таблица 5 – Численность занятых в розничной торговле и общественном питании Республики Беларусь в среднем за год

| Показатели   | Годы  |       |       |       | Отклонение (+; –)     |                       |                       |                       |
|--|-------|-------|-------|-------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
|  | 1990  | 2000  | 2005  | 2010  | 2000 год от 1990 года | 2005 год от 2000 года | 2010 год от 2005 года | 2010 год от 1990 года |
| Численность занятых в розничной торговле и общественном питании, тыс. чел. | 305,3 | 409,1 | 445,2 | 514,8 | 103,8                 | 36,1                  | 69,6                  | 209,5                 |
| В том числе:   |       |       |       |       |                       |                       |                       |                       |
| розничная торговля   | 196,3 | 335,2 | 379,3 | 439,2 | 138,9                 | 44,1                  | 59,9                  | 242,9                 |
| общественное питание   | 109,0 | 73,9  | 65,9  | 75,6  | –35,1                 | –8,0                  | +9,7                  | –33,4                 |

Исследование показало, что среднегодовая численность занятых в розничной торговле и общественном питании увеличилась с 305,3 тыс. чел. в 1990 году до 514,8 тыс. чел. в 2010 году, т. е. на 209,5 тыс. чел. (темп роста составил 168,6%), причем наблюдается устойчивая тенденция ее роста по годам анализируемого периода.

В то же время выявлены противоположные тенденции развития показателей среднегодовой численности занятых в розничной торговле и общественном питании. Так, в розничной торговле не только сохраняется общая тенденция увеличения численности занятых в ней, но и темпы ее роста значительно выше, чем в среднем в розничной торговле и общественном питании.

Среднегодовая численность занятых в розничной торговле в 2010 году составила 439,2 тыс. чел. против 196,3 тыс. чел. в 1990 году, т.е. прирост составил 242,9 тыс. чел. Следовательно, среднегодовая численность занятых в розничной торговле за этот период увеличилась в 2,24 раза.

В общественном питании среднегодовая численность занятых в этой отрасли составила в 1990 году 109 тыс. чел., в 2000 – 73,9 тыс. чел., в 2005 – 65,9 тыс. чел. (т. е. наблюдается значительное их сокращение), и лишь в 2010 году прекращается эта негативная тенденция, так как наблюдается увеличение занятых до 75,6 тыс. чел. по сравнению с 2005 годом. Однако за весь период с 1990 по 2010 год среднегодовая численность занятых в общественном питании сократилась на 33,4 тыс. чел.

Исследование показало, что формирование конкурентной среды на рынке товаров народного потребления приводит к созданию лучших условий реализации товаров населению, что способствует

повышению качества торгового обслуживания в розничной торговле. Однако выявлены проблемы в развитии общественного питания.

### **Заключение**

Исходя из вышеизложенного, можно сделать следующие выводы по исследованию:

- на рынке товаров народного потребления ликвидирована монополия организаций торговли государственной формы собственности;
- сформировалась конкурентная среда в торговле и общественном питании за счет ускоренного развития организаций с частной и иностранной формами собственности;
- формирование конкурентной среды на рынке товаров народного потребления Республики Беларусь привело к улучшению качества торгового обслуживания населения, о чем свидетельствует развитие розничного товарооборота, совершенствование его структуры, развитие материально-технической базы розничной торговли, увеличение числа занятых в ней;
- существенные проблемы в условиях конкуренции наметились в общественном питании: снижение числа занятых в этих организациях и ухудшение показателей развития материально-технической базы.

### **Список литературы**

**Розничная** и оптовая торговля Республики Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2011. – 157 с.

**Статистический** ежегодник Республики Беларусь. 2011 / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2011. – 633 с.

**Экономика** организаций торговли : учеб. пособие / под ред. Р. П. Валевиц, Г. А. Давыдовой. – Минск : БГЭУ, 2010. – 671 с.

*Получено 16.03.2012 г.*