

**СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ ТОРГОВОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В СЕЛЬСКИХ  
НАСЕЛЕННЫХ ПУНКТАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
STATUS AND DEVELOPMENT OF TRADE INFRASTRUCTURE  
OF CONSUMER COOPERATION IN RURAL BUILDINGS  
OF THE REPUBLIC OF BELARUS**

**Бондаренко О.Г.**, канд. экон. наук, доцент кафедры коммерции и логистики,  
*Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации  
(г. Гомель, Республика Беларусь)*

**Аннотация:** В статье выявлены тенденции развития *инфраструктуры торговли потребительской кооперации в сельских населенных пунктах Республики Беларусь за 2005-2016 гг.* Определено значение потребительской кооперации в торговом обслуживании сельских населенных пунктов.

**Annotation:** The article reveals the tendencies of the development of the consumer trade cooperation infrastructure in rural settlements of the Republic of Belarus for 2005-2016. The importance of consumer cooperation in trade services for rural settlements is determined.

**Ключевые слова:** потребительская кооперация, торговая отрасль, инфраструктура, тенденции изменения показателей.

**Keywords:** consumer cooperation, trade, infrastructure, trends in indicators.

В многоотраслевой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь приоритет отдан развитию торговой отрасли. Она выполняет социальную задачу торгового обслуживания жителей сельских населенных пунктов, выполнение которой способствует решению государственной задачи – развитие сельских территорий Беларуси. Президент страны, А.Г. Лукашенко, в июле 2017 г. сказал: «За пятилетку все приведем в порядок. Параллельно *доставляем, развиваем агрогородки. И не забываем деревни – бывшие центры и неперспективные. Вот концепция развития нашей страны.* Мы не должны сосредоточить все население в Минске – будет трагедия для страны» [1]. Таким образом, значимость обслуживания сельского населения торговыми объектами потребительской кооперации возрастает. Следовательно, важна оценка состояния и развития торговой инфраструктуры системы с целью принятия решений по перспективному управлению ею.

Основными источниками данных о торговой инфраструктуре являются следующие два статистических сборника:

1. Основные показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2014 г. – Минск. Белкоопсоюз, 2015. – 64 с.

2. Розничная и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь. Статистический сборник. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2017. – 224 с.

Анализ содержания этих статистических сборников позволил заключить *об отсутствии или недостаточности информации для анализа состояния и динамики развития инфраструктуры торговли потребительской кооперации в сельских населенных пунктах Республики Беларусь.* А именно:

- *отсутствует информация* о розничном товарообороте организаций по областям.

- *недостаточно информации о материальных, финансовых и трудовых ресурсах* торговой отрасли. Отсутствует информация об основных средствах, оборудовании в торговых единицах; численности работников, их квалификации, уровне заработной платы; финансовых ресурсах торговой отрасли и др.

- отсутствует информация о товарообороте автомагазинов по областям.

Из сборника «Розничная и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь» за 2017 год исключен раздел «Потребительская кооперация», а сведения о системе приведены на одной странице (с. 37). По торговле в сельских населенных пунктах представлена только следующая информация:

1) удельный вес розничного товарооборота организаций потребительской кооперации в сельских населенных пунктах, в розничном товарообороте организаций торговли, расположенных в сельской местности;

2) розничные торговые объекты в сельских населенных пунктах (на конец года, единиц), из них магазины;

3) торговая площадь магазинов в сельской местности (тыс. кв. м.).

Временной период изучения нами состояния торговой инфраструктуры потребительской кооперации в сельской местности Республики Беларусь составил 12 лет (2005-2016 гг.). Более ранняя статистика не представлена на сайте Министерства статистики и анализа Республики Беларусь.

Тенденции развития инфраструктуры торговли потребительской кооперации в сельских населенных пунктах республики выявлены путем определения тенденций изменения показателей, характеризующих развитие торговой инфраструктуры системы в торговом обслуживании сельских жителей республики, а также развития сельской торговли в торговой деятельности потребительской кооперации.

*Развитие торговой инфраструктуры потребительской кооперации в торговом обслуживании сельских населенных пунктов республики определяется тенденциями изменения относительных республиканским значениям показателей развития системы:*

1. Удельный вес розничного товарооборота организаций потребительской кооперации, находящихся в сельских населенных пунктах, в розничном товарообороте организаций торговли республики, расположенных в сельской местности *снижается* с 44,2% до 28,8%.

2. Удельный вес розничных торговых объектов потребительской кооперации в числе розничных торговых объектов Республики Беларусь в сельских населенных пунктах в 2016 г. составил 51,67%. Показатель *снижается* по областям. Самый низкий показатель – в Минской области (45,46%). Второе место занимает Гродненская область.

3. Удельный вес числа магазинов потребительской кооперации в числе магазинов в сельских населенных пунктах республики в 2016 г. составил 54,37%. Показатель *снижается* по республике и областям. Самый низкий показатель – в Минской области. Второе место занимает Гродненская область.

4. Удельный вес торговой площади магазинов потребительской кооперации в торговой площади магазинов страны, находящихся в сельских

населенных пунктах в 2016 г. составил 62,29%. Показатель *снижается* по республике и областям. Самый низкий показатель – в Минской области. Второе место занимает Гродненская область.

Таким образом, присутствие торговли потребительской кооперации на рынке села по доле рынка, числу торговых объектов, их торговой площади существенно. Присутствие торговой отрасли системы в областях страны примерно одинаково. Однако, отрасль теряет свои позиции на сельском рынке. Особенно значительны эти потери в Минской области.

*Развитие сельской торговли в торговой деятельности потребительской кооперации* определяется тенденциями изменения показателей по трем направлениям:

1. Развитие розничных торговых объектов:

- удельный вес розничных торговых объектов потребительской кооперации в сельских населенных пунктах в числе розничных торговых объектов потребительской кооперации республики *снижается*, в том числе по областям. По республике это 65,91% в 2016 г. Присутствие потребительской кооперации в областях страны по данному показателю примерно одинаково;

- количество магазинов потребительской кооперации в сельских местностях *снижается*, в том числе по областям;

- удельный вес магазинов системы в сельских населенных пунктах в общем числе магазинов потребительской кооперации *снижается* (66,46% в 2016 г.), в том числе по областям. Присутствие потребительской кооперации в областях страны по данному показателю примерно одинаково.

2. Развитие торговых площадей потребительской кооперации:

- торговые площади магазинов потребительской кооперации в сельских населенных пунктах *снижаются*, в том числе по областям;

- удельный вес торговых площадей магазинов в сельских населенных пунктах в торговых площадях магазинов потребительской кооперации республики *снижается* и в 2016 г. составляет 53,24% Снижение показателя наблюдается также по областям.

3. Развитие развозной и разносной сети Белкоопсоюза:

- количество единиц развозной и разносной сети Белкоопсоюза *растет* в 2016 г. по сравнению с 2010 г. Тенденция роста сохранена по областям, за исключением Гродненской;

- удельный вес количества единиц развозной и разносной торговли в общем числе единиц развозной и разносной сети Белкоопсоюза *растет* по Брестской и Гомельской областям; *снижается* – по Витебской и Минской областям;

- количество автомагазинов потребительской кооперации *растет*, в том числе по областям. В 2016 году их по Белкоопсоюзу насчитывается 734 единицы;

- удельный вес количества автомагазинов Брестской, Гомельской и Могилевской областей в общем числе автомагазинов Белкоопсоюза *рас-*

*тет. Обратная тенденция* изменения показателя свойственна Витебской и Минской областям.

Таким образом, наибольшее число розничных торговых объектов потребительской кооперации, в том числе магазинов, торговых площадей приходится на сельскую местность. Их количество снижается. Потребительская кооперация в некоторой степени развивает развозную и разносную торговлю. Количество ее единиц снижается в Витебской и Минской областях. Развивается торговля посредством автомагазинов.

Развитие инфраструктуры сельской торговли потребительской кооперации направлено на оптимизацию ее розничной торговой сети. В соответствии с Концепцией развития потребительской кооперации на 2016-2020 годы [2] одним из стратегических направлений развития торговой отрасли потребительской кооперации Республики Беларусь в сельской местности является *оптимизация (сокращение) торговой сети в малых населенных пунктах с численностью жителей менее 100 человек, организация их обслуживания автомагазинами не менее трех раз в неделю*. Также необходимо решение следующих задач: сохранение лидирующих позиций в обслуживании сельского населения; обеспечение условий для дальнейшего поступательного развития торговли в сельской местности.

На наш взгляд, основной причиной потери торговой отраслью потребительской кооперации своих позиции на рынке сельских населенных пунктов являются развитие конкуренции в них. *Наиболее интенсивно развивается конкурентная инфраструктура торговли в сельских населенных пунктах* Минской области.

Таким образом, торговля в сельской местности требует глубокого изучения. *Имеющаяся информационная база не позволяет комплексно оценить состояние инфраструктуры торговли потребительской кооперации в сельских населенных пунктах*. Следует сформировать единую информационную базу. Для этого в сборнике «Розничная и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь» необходим раздел «Торговля в сельских населенных пунктах». В него следует включить подраздел «Потребительская кооперация». В этом разделе должна содержаться информация, достаточная для принятия стратегических решений. Также существует необходимость проведения специальных исследований по данным вопросам эмпирическими методами, в частности, путем анкетирования.

**Источники:**

1. За пятилетку все приведем в порядок. Лукашенко обозначил концепцию развития Беларуси [Электронный ресурс]. – <https://news.tut.by/economics/550405.html> (Дата обращения: 04.09.2017).
2. Концепция развития потребительской кооперации на 2016-2020 годы. Постановление Правления Белкоопсоюза № 47 от 29 февраля 2016 г.