

УДК 334.735:338.436.33:339.1

О. Г. Бондаренко (o_bondarenko@tut.by),
кандидат экономических наук, доцент
Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации

РАЗВИТИЕ ТОРГОВОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В СЕЛЬСКИХ НАСЕЛЕННЫХ ПУНКТАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье выявлены тенденции развития инфраструктуры торговли потребительской кооперации в сельских населенных пунктах Республики Беларусь, определено значение потребительской кооперации в их торговом обслуживании на основании анализа статистической информационной базы за 2005–2016 годы. Определены сильные и слабые стороны развития торговой инфраструктуры потребительской кооперации в сельских населенных пунктах Республики Беларусь. Сделан вывод о необходимости формирования единой информационной базы торговли в сельской местности. Сделаны предложения о дополнении существующей информационной базы сведениями о сельской торговле потребительской кооперации.

In the article the development trends of the infrastructure of trade of consumer cooperatives in rural settlements of the Republic of Belarus are revealed. The value of consumer cooperatives in their trade services is determined on the basis of the analysis of the statistical information base for 2005–2016. Strengths and weaknesses of the trade infrastructure development of the consumer cooperatives in rural settlements of the Republic of Belarus are defined. It was concluded that it is necessary to form a single information base on trade in rural areas. Some proposals are made to supplement the existing information base with information on the rural trade in consumer cooperatives.

Ключевые слова: торговая отрасль; инфраструктура; тенденции изменения показателей; сельский населенный пункт; потребительская кооперация.

Key words: trade sector; infrastructure; trends in indicators; rural settlement; consumer cooperatives.

Введение

«Та ситуация, которая сложилась в Белкоопсоюзе, и то, как работает Белкоопсоюз, недопустимо», – считает Глава государства Республики Беларусь [1]. Свое недовольство деятельно-

стью Белкоопсоюза высказывал Президент и в Послании белорусскому народу: «Если Белкоопсоюз не докажет своей дееспособности, готовьтесь к серьезной реформе» [2]. Глава государства акцентировал внимание на том, что кооперативная торговля является важнейшим источником обеспечения сельских жителей продовольственными и промышленными товарами, всем необходимым для жизни и ведения подсобных хозяйств. По его словам, это почти четверть населения страны.

Таким образом, высока значимость обслуживания сельского населения торговыми объектами потребительской кооперации, что определяет важность оценки состояния и развития инфраструктуры ее сельской торговли, выявления ее сильных и слабых сторон для принятия стратегических решений по управлению сельской торговой инфраструктурой.

Основными источниками сведений о торговой инфраструктуре потребительской кооперации являются два *статистических сборника* [3–5]. Анализ содержания сборников позволил сделать заключение о недостаточности информации в них для принятия стратегических решений о развитии торговой инфраструктуры потребительской кооперации в сельской местности с точки зрения системного подхода к исследованию маркетинговой среды. Он предполагает изучение внешней и внутренней среды торговой отрасли. А в статистических сборниках недостаточно информации о материальных, финансовых и трудовых ресурсах торговой отрасли потребительской кооперации. А именно: отсутствует информация об основных средствах, оборудовании в торговых объектах; численности работников, их квалификации, уровне заработной платы; финансовых ресурсах торговой отрасли; о товарообороте автомагазинов потребительской кооперации и др.

Из сборника «Розничная и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь за 2016 год» исключен раздел «Потребительская кооперация». Сведения о деятельности потребительской кооперации представлены на одной странице [4, с. 37]. По торговле в сельских населенных пунктах имеется только следующая информация:

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

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

3) торговая площадь магазинов в сельской местности (тыс. м²).

Временной период изучения состояния инфраструктуры торговли потребительской кооперации в сельских населенных пунктах Республики Беларусь в данной статье составил 12 лет (2005–2016 годы).

Развитие торговой инфраструктуры потребительской кооперации в торговом обслуживании сельских населенных пунктов республики определяется тенденциями изменения отношения показателей развития системы потребительской кооперации к республиканским значениям; развитием сельской торговли в торговой деятельности потребительской кооперации.

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

- развитие розничных торговых объектов,
- развитие торговых площадей магазинов,
- развитие развозной и разносной сети.

Развитие розничных торговых объектов характеризуется снижением следующих показателей, в том числе по областям:

• Удельный вес количества розничных торговых объектов потребительской кооперации в сельских населенных пунктах в числе розничных торговых объектов потребительской кооперации Республики Беларусь (таблица 1). По республике этот показатель составил 61,81% в 2016 году. По областям страны показатель практически не отличается.

• Удельный вес количества магазинов системы потребкооперации в сельских населенных пунктах в общем числе магазинов потребительской кооперации (67,18% в 2016 году) (таблица 1). Распределение данного показателя по областям страны примерно одинаково.

Развитие торговых площадей потребительской кооперации характеризуется снижением следующих показателей, в том числе по областям:

• торговые площади магазинов потребительской кооперации в сельских населенных пунктах [4; 6];

• удельный вес торговой площади магазинов в сельских населенных пунктах в торговой площади магазинов потребительской кооперации республики, в 2016 году он составляет 54,06% (таблица 2).

Таблица 1 – Удельный вес количества сельских розничных торговых объектов потребительской кооперации (в том числе магазинов) в числе розничных торговых объектов (в том числе магазинов) потребительской кооперации Республики Беларусь за 2005, 2010, 2015–2016 годы, %

Область	2005	2010	2015	2016	Отклонение 2016 года от 2005 года (+; –)
<i>Удельный вес количества сельских розничных торговых объектов потребительской кооперации в числе розничных торговых объектов потребительской кооперации Республики Беларусь</i>					
Брестская	76,73	74,36	69,49	67,31	–9,42
Витебская	72,74	66,91	61,1	56,02	–16,72
Гомельская	74,05	70,29	67,01	62,90	–11,15
Гродненская	78,96	73,82	69,24	61,80	–17,16
Минская	78,86	75,48	69,45	64,42	–14,44
Могилевская	73,55	66,55	59,68	55,96	–17,59
Республика Беларусь	75,74	71,37	66,07	61,81	–13,93
<i>Удельный вес количества магазинов потребительской кооперации в сельских населенных пунктах в числе магазинов потребительской кооперации Республики Беларусь</i>					
Брестская	77,44	74,34	70,05	70,61	–7,39
Витебская	72,96	67,85	62,42	62,94	–10,54
Гомельская	74,82	71,27	67,55	67,35	–7,27
Гродненская	80,55	74,83	70,11	69,07	–10,44
Минская	79,39	75,59	69,75	70,58	–9,64
Могилевская	74,63	67,08	60,35	60,49	–14,28
Республика Беларусь	76,56	71,94	66,76	67,18	–9,80
Примечание – Источник: составлено автором по данным [4, с. 97–98; 5].					

Таблица 2 – Удельный вес торговой площади магазинов потребительской кооперации в сельских населенных пунктах в торговой площади магазинов потребительской кооперации Республики Беларусь за 2005, 2010, 2015–2016 гг., %

Область	2005	2010	2015	2016	Отклонение 2016 года от 2005 года (+; –)
Брестская	65,93	63,12	57,89	57,88	–8,05
Витебская	57,57	53,79	48,46	48,23	–9,35
Гомельская	64,29	61,14	56,90	56,50	–7,79
Гродненская	67,72	62,51	53,21	52,03	–15,69
Минская	65,03	61,41	54,55	55,87	–9,16
Могилевская	63,12	57,53	50,99	51,66	–11,45
Республика Беларусь	63,77	59,87	53,79	54,06	–9,72
Примечание – Источник: составлено автором по данным [4, с. 98] и оперативной информации Белкоопсоюза.					

Развитие развозной и разносной сети Белкоопсоюза характеризуется следующим образом:

- Количество единиц развозной и разносной сети Белкоопсоюза увеличилось в 2016 году по сравнению с 2010 годом. 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 увеличилось по Брестской, Гомельской и Гродненской областям; снизилось – по Витебской, Минской и Могилевской областям (таблица 3).

Таблица 3 – Удельный вес количества единиц развозной и разносной сети в общем числе единиц развозной и разносной сети Белкоопсоюза за 2010, 2015–2016 годы, %

Облпотребсоюз, облпотребобщество	2010	2015	2016	Отклонение 2016 года от 2010 года (+; –)
Брестский	8,30	11,28	12,75	4,44
Витебский	25,99	22,56	21,68	–4,31
Гомельский	13,72	13,89	14,72	1,00
Гродненское	15,52	16,78	15,77	0,25
Минский	22,56	21,32	21,02	–1,54
Могилевский	13,90	13,89	13,80	–0,10
Белкоопсоюз	100	100	100	–
Примечание – Составлено автором по данным [3] и оперативной информации Белкоопсоюза.				

- Количество автомагазинов потребительской кооперации увеличилось, 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 увеличился (таблица 4). Обратная тенденция изменения показателя свойственна Витебской и Минской областям.

Таблица 4 – Удельный вес количества автомагазинов области Республики Беларусь в общем числе автомагазинов Белкоопсоюза за 2010, 2015–2016 годы, %

Облпотребсоюз, облпотребобщество	2010	2015	2016	Отклонение 2016 года от 2010 года (+; -)
Брестский	8,44	10,45	11,40	2,96
Витебский	26,42	22,60	22,51	-3,91
Гомельский	13,58	14,12	14,25	0,67
Гродненское	15,60	17,23	15,81	0,22
Минский	22,57	21,61	22,51	-0,06
Могилевский	13,39	13,84	13,53	0,14
Белкоопсоюз	100,00	100,00	100,00	-
Примечание – Составлено автором по данным [3] и оперативной информации Белкоопсоюза.				

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 [6] 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.

Развитие торговой инфраструктуры потребительской кооперации в торговом обслуживании сельских населенных пунктов республики характеризуется тенденциями снижения следующих значений показателей развития системы относительно республиканских:

1. Удельный вес розничного товарооборота организаций потребительской кооперации, находящихся в сельских населенных пунктах, в розничном товарообороте организаций торговли республики, расположенных в сельской местности (44,2% в 2010 году, 28,8% в 2016 году) (таблица 5).

Таблица 5 – Удельный вес розничного товарооборота организаций потребительской кооперации в сельских населенных пунктах в розничном товарообороте организаций торговли в сельских населенных пунктах Республики Беларусь за 2010, 2015–2016 годы

Показатели	2010	2015	2016*
Розничный товарооборот организаций торговли в сельских населенных пунктах Республики Беларусь, млрд р.	7 196,60	34 550,6	4 220,8
Розничный товарооборот организаций потребительской кооперации в сельских населенных пунктах Республики Беларусь, млрд р.	5 786	23 854	2 220
Удельный вес розничного товарооборота организаций потребительской кооперации, расположенных в сельских населенных пунктах, в розничном товарообороте организаций торговли, расположенных в сельских населенных пунктах, %	44,2	36,6	28,8
* Данные за 2016 год указаны в деноминированных рублях.			
Примечание – Источник: [5, с. 37, 76]			

2. Удельный вес количества розничных торговых объектов потребительской кооперации в числе розничных торговых объектов Республики Беларусь в сельских населенных пунктах. В 2016 году показатель составил 50,93% (таблица 6). Самый низкий показатель – по Минской области (33,55%), далее – Гродненская область.

Таблица 6 – Удельный вес количества розничных торговых объектов, в том числе магазинов потребительской кооперации в числе розничных торговых объектов, в том числе магазинов Республики Беларусь в сельских населенных пунктах за 2005, 2010, 2015–2016 годы, %

Области	2005	2010	2015	2016	Отклонение 2016 года от 2005 года (+; -)
<i>Удельный вес количества розничных торговых объектов потребительской кооперации в числе розничных торговых объектов Республики Беларусь в сельских населенных пунктах</i>					
Брестская	75,27	68,16	59,62	56,53	-15,65
Витебская	78,32	74,76	65,84	64,50	-12,48
Гомельская	79,59	75,91	66,28	62,25	-13,31
Гродненская	76,85	68,69	54,79	51,83	-22,06
Минская	68,46	56,92	45,46	33,55	-23,00
Могилевская	81,71	76,69	66,49	63,02	-15,22
Республика Беларусь	75,81	68,44	57,85	50,93	-17,96
<i>Удельный вес количества числа магазинов потребительской кооперации в числе магазинов в сельских населенных пунктах Республики Беларусь</i>					
Брестская	76,90	68,75	60,62	59,15	-16,28
Витебская	79,26	75,07	67,11	66,26	-12,15
Гомельская	80,72	76,50	67,25	64,13	-13,47
Гродненская	77,51	69,55	57,44	56,35	-20,07
Минская	70,12	59,45	46,78	36,11	-23,34
Могилевская	83,79	76,70	71,62	67,98	-12,17
Республика Беларусь	77,19	69,57	59,64	53,95	-17,55
Примечание – Составлено автором по данным источников [3; 5, с. 114, 116].					

3. Удельный вес количества магазинов потребительской кооперации в числе магазинов в сельских населенных пунктах республики. В 2016 году показатель составил 53,95% (таблица 6). Самый низкий показатель – по Минской области, затем – Гродненская область.

4. Удельный вес торговой площади магазинов потребительской кооперации в торговой площади магазинов страны, находящихся в сельских населенных пунктах. В 2016 году он составил 62,19% (таблица 7). Самый низкий показатель – по Минской области, далее – Гродненская область.

Таблица 7 – Удельный вес торговой площади магазинов организаций потребительской кооперации в торговой площади магазинов в сельских населенных пунктах Республики Беларусь за 2005, 2010, 2015–2016 годы, %

Области	2005	2010	2015	2016	Отклонение 2016 года от 2005 года (+; -)
Брестская	87,52	82,49	75,30	74,02	-13,50
Витебская	89,69	85,66	79,93	77,74	-11,95
Гомельская	89,08	85,94	78,27	75,30	-13,78
Гродненская	89,52	82,45	71,97	68,19	-21,33
Минская	74,40	60,00	43,46	37,72	-36,68
Могилевская	92,82	88,14	82,11	82,01	-10,81
Республика Беларусь	85,91	78,04	66,52	62,19	-23,72
Примечание – Составлено автором по данным [3; 5].					

Таким образом, присутствие торговой отрасли потребительской кооперации на рынке села по доле рынка, числу торговых объектов, их торговой площади существенно. Распределение ее

объектов по областям страны примерно одинаково. Однако отрасль теряет свои позиции на сельском рынке. Особенно значительны эти потери в Минской области.

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

В стратегическом планировании этап анализа развития инфраструктуры торговли в сельских населенных пунктах Республики Беларусь завершается определением сильных и слабых ее сторон (таблица 8), которые выявлены нами на основании изучения тенденций изменения проанализированных показателей за 2005–2016 годы.

Таблица 8 – **Сильные и слабые стороны развития инфраструктуры сельской торговли потребительской кооперации Республики Беларусь на основании тенденций изменения показателей за 2005–2016 годы**

Сильные стороны	Слабые стороны
<i>1. Развитие розничной торговой сети потребительской кооперации</i>	
<i>1.1. Развитие розничных торговых объектов</i>	
Более 61% розничных торговых объектов потребительской кооперации, более 67% магазинов системы находятся в сельских населенных пунктах. Присутствие торговой отрасли потребительской кооперации в областях страны примерно одинаково	Количество розничных торговых объектов, в том числе магазинов потребительской кооперации, в сельских населенных пунктах снижается
<i>1.2. Развитие торговых площадей</i>	
Более 54% торговых площадей системы находится в сельских населенных пунктах	Снижаются торговые площади потребительской кооперации в сельских населенных пунктах
<i>1.3. Развитие развозной и разносной сети</i>	
Потребительская кооперация в некоторой степени развивает развозную и разносную торговлю	Удельный вес количества единиц развозной и разносной сети потребительской кооперации в Витебской, Минской и Могилевской областях снижается
Потребительская кооперация развивает торговлю посредством автомагазинов	Удельный вес количества автомагазинов потребительской кооперации в Витебской и Минской областях снижается
<i>2. Тенденции изменения значений показателей развития системы относительно республиканских</i>	
Существенно присутствие торговой отрасли потребительской кооперации на рынке сельских населенных пунктов по доле рынка (28,8%), числу торговых объектов системы (50,93%), числу магазинов (53,95%), их торговой площади (62,19%) в 2016 году	Торговая отрасль теряет свои позиции на рынке сельских населенных пунктов. Особенно существенны эти потери в Минской области
Примечание – Источник: собственная разработка автора.	

Заключение

Проведенное исследование позволило заключить, что имеющаяся статистическая информационная база не позволяет комплексно оценить состояние инфраструктуры торговли потребительской кооперации в сельских населенных пунктах. Она требует более глубокого изучения. Для этого следует сформировать единую информационную базу. 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 подразделе должна содержаться информация, достаточная для принятия управленческих решений на различных уровнях. В условиях недостаточности информационных ресурсов затруднен процесс разработки стратегии.

Существующая информационная база должна быть дополнена сведениями о розничном товарообороте организаций потребительской кооперации в сельских населенных пунктах по областям; о торговле через автомагазины организациями потребительской кооперации. Важна информация о материальных, финансовых и трудовых ресурсах торговой отрасли потребительской кооперации (основных средствах, оборудовании в торговых объектах; численности работников, их квалификации, уровне заработной платы; финансовых ресурсах торговой отрасли и др.).

Также необходимо проведение специальных исследований по данным вопросам эмпирическими методами, в частности, путем анкетирования.

Список использованной литературы

1. **Лукашенко:** «Та ситуация, которая сложилась в Белкоопсоюзе, и то, как работает Белкоопсоюз, недопустимо» // TUT.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://news.tut.by/economics/384303.html>. – Дата доступа : 29.04.2018.
2. **Эксперт** о Белкоопсоюзе: Работает себе в убыток, но частника в деревню не пускает // n1.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://n1.by/news/2016/05/27/651816-ekspert-o-%C2%ABbelkoopsoyuze%C2%BB-rabotaet-sebe-v-ubytok-no-chastnika-v-derevnyu-ne-p#hcq=2IPWAQq>. – Дата доступа : 29.04.2018.
3. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2014 г. – Минск : Белкоопсоюз, 2015. – 64 с.
4. **Розничная** и оптовая торговля : стат. сб. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2011. – 157 с.
5. **Розничная** и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь: стат. сб. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2017. – 224 с.
6. **Концепция** развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы : утв. постановлением Правления Белкоопсоюза № 47 от 29 февраля 2016 г. // Белорусский республиканский союз потребительских обществ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://bks.gov.by>. – Дата доступа : 12.01.2018.

Получено 21.02.2018.