

РОЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В ПРЕДОСТАВЛЕНИИ УСЛУГ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ НАСЕЛЕНИЮ

Торговля – одно из основных и традиционных направлений деятельности потребительской кооперации. Розничная торговля является основной отраслью, формирующей совокупный объем деятельности системы потребительской кооперации. Удельный вес розничной торговли в объеме деятельности потребительской кооперации составляет 75%.

Розничная торговля потребительской кооперации обеспечивает удовлетворение потребностей пайщиков и обслуживаемого населения (преимущественно сельского) в необходимых товарах и услугах и имеет ряд специфических особенностей: более крупные кооперативные магазины размещаются в районных центрах и поселках городского типа; в структуре товарооборота розничной торговли потребительской кооперации преобладают продовольственные товары; многие торговые объекты находятся на значительном удалении от возможных логистических распределительных центров; большинство магазинов имеют небольшие площади (на начало 2017 г. средняя площадь одного магазина составляла 106,5 м², в том числе в сельской местности – 85,2 м²). В сельских населенных пунктах с численностью жителей 200 и менее человек торговое обслуживание осуществляют 1,9 тыс. магазинов, в том числе более 40% из них расположены в населенных пунктах, где проживает менее 100 человек¹. При этом розничная торговая сеть потребительской кооперации имеет тенденцию к сокращению. Так, за последние 4 года общее количество магазинов сократилось на 1,2 тыс. единиц (на 13%); торговая площадь сократилась на 97,9 тыс. м² (на 10%). В этой связи в последние годы Белкоопсоюзу не удается обеспечить положительную динамику развития розничного товарооборота торговли. Доля Белкоопсоюза в розничном товарообороте организаций торговли Республики Беларусь также имеет тенденцию к снижению и составила по итогам 2016 г. 7,19%¹.

На данную ситуацию влияет ряд объективных причин. За 2014–2016 гг. в целом по Республике Беларусь произошло сокращение численности сельского населения на 89,5 тыс. человек, за счет чего только за 2016 г. потери розничного товарооборота составили около 60 млн р. или 2,3%.

Развитие ритейла в городах и районных центрах привело к перераспределению покупательских потоков. Например, количество торговых объектов ООО «Евроторг» (без учета магазинов в г. Минске) с 2014 по 2016 г. увеличилось в 2,5 раза; ЗАО «Доброном» – на 30%; ИООО «Март Инн Фуд» сеть MART INN – в 7,5 раз.

С целью сохранения позиций торговой отрасли потребительской кооперации на рынке товаров и услуг Белкоопсоюзом разработан ряд мер по ее дальнейшему развитию в рамках стратегии, направленной на повышение эффективности и улучшение качества торгового обслуживания, среди которых формирование и развитие единой системы сетевой торговли, в том числе под брендом «Родны кут»; открытие торговых объектов шаговой доступности путем нового строительства, приобретения, аренды, переспециализации, модернизации торгового-технологического оборудования и др.

¹ Справочно-аналитическая информация о деятельности Белкоопсоюза за 2014–2016 гг. Раздел «Розничная торговля» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.bks.gov.by> (дата обращения : 18.05.2018).