

ХАРАКТЕРИСТИКА ФАКТОРОВ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЛЕКСНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ СЕЛЬСКОЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье представлена разработанная автором система факторов формирования комплексной инфраструктуры сельской торговли Беларуси. Она получена в результате систематизации результатов анализа научных исследований в области формирования торговой инфраструктуры, нормативно-правовой базы, регулирующей торговую деятельность, ее маркетинговой среды на сельском рынке за 2000–2016 гг.

The article presents the author's system of factors for the formation of the complex rural trade infrastructure in Belarus. It is obtained by systematization of the results of the analysis of scientific research in the field of the formation of trade infrastructure, the regulatory framework governing trade activities, its marketing environment in the rural market for 2000–2016.

Ключевые слова: сельский населенный пункт; инфраструктура сельской торговли; система факторов.

Key words: rural settlement; rural trade infrastructure; system of factors.

На формирование инфраструктуры сельской торговли влияют различные факторы. Наиболее значимые из них должны учитываться при принятии решений о ее формировании с учетом принципа комплексности. Однако анализ экономической литературы, авторами которой явились Д. И. Валигурский, П. С. Горшкова, С. П. Гурская, З. Ильина, Н. Киреенко, Т. Б. Кушнир, Г. П. Литвинцева, И. О. Рыжова и другие, показал, что в ней отсутствуют комплексные исследования факторов формирования торговой инфраструктуры. Следовательно, не представлена система факторов формирования комплексной инфраструктуры сельской торговли. Поэтому проблема выявления основных факторов формирования комплексной инфраструктуры сельской торговли, их систематизации и классификации требует решения.

В ходе выполнения с поддержкой Белорусского республиканского фонда фундаментальных исследований научно-исследовательской работы по теме «Разработка стратегии формирования комплексной инфраструктуры сельской торговли в рамках обеспечения продовольственной безопасности Республики Беларусь», на основании систематизации результатов анализа научных исследований в области формирования торговой инфраструктуры, нормативно-правовой базы, регулирующей торговую деятельность, ее маркетинговой среды на сельском рынке за 2000–2016 гг., нами разработана система факторов формирования комплексной инфраструктуры сельской торговли Беларуси. Она включает следующие двенадцать групп факторов:

1. Научно-методический фактор, имеющий следующие составляющие:

- Понятия «торговая инфраструктура» и «инфраструктура торговли» с точки зрения некоторых авторов различны. Торговая инфраструктура рассматривается как комплекс вспомогательных отраслей, а инфраструктура торговли характеризуется только наличием торговых предприятий, а также их составом и размером.

- Отсутствует единообразие представления авторами элементов торговой инфраструктуры, что определено выбором населенного пункта для изучения торговой инфраструктуры (города, поселки городского типа, сельские населенные пункты) и категорией обслуживаемого ею сегмента (личные подсобные хозяйства, население). Некоторые авторы изучают торговую инфраструктуру региона.

- Понятие «торговая инфраструктура» многими авторами рассматривается более широко, чем смыслово заложено в терминах «торговля» и «инфраструктура». Например, как комплекс вспомогательных отраслей, обеспечивающих основную деятельность по купле-продаже товаров, или совокупность вспомогательных и обслуживающих подразделений и средств, организационно и материально обеспечивающих основные рыночные процессы. Понимание сущности термина «торговая инфраструктура» определяет набор ее элементов, что объясняет их многообразие. В определениях обозначены различные функциональные назначения торговой инфраструктуры: деятельность по купле-продаже товаров; организационное и материальное обеспечение основных рыночных процессов; продажа услуг на конкурентных рынках. Купля-продажа

товаров – вид договорного обязательства. Торговые организации продают товар и оказывают услуги.

- Ученые в своих исследованиях обращаются к торговой инфраструктуре потребительской кооперации и отмечают, что она представлена розничными торговыми объектами, или стационарной, мелкорозничной и передвижной сетью. Подобные точки зрения требуют уточнений в соответствии с особенностями деятельности потребительской кооперации и обновлением нормативной базы.

- Анализ современных концепций рынка позволил выделить из многообразия форм потребительский рынок, который представляет собой совокупность отношений, возникающих между продавцами и покупателями по поводу товарно-денежного обмена потребительских товаров и услуг в форме купли-продажи. Потребительский рынок является не только экономической системой, которая обеспечивает воспроизводство материальных основ жизни, но и культурной сферой, которая объединяет ценностные ориентации, представления, обычаи и традиции народа, что особенно проявляется в момент предоставления услуги.

- Множество подходов к определению понятия стратегии сложно привести в систему, так как они различны по своему смысловому содержанию. В научной литературе отсутствует определение стратегии формирования торговой инфраструктуры.

- В научной литературе отсутствует общность мнений авторов к систематизации компонент маркетинговой среды. Предлагаемые авторами подходы к оценке маркетинговой среды организаций носят общий характер, не доведены до практического применения.

- Отсутствует методика определения и систематизации проблем функционирования торговой отрасли.

2. Информационный фактор, характеризующийся следующим образом: общедоступная информационная база для анализа состояния и динамики развития инфраструктуры торговли в сельских населенных пунктах Республики Беларусь представлена на сайтах Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь, Национального статистического комитета Республики Беларусь (сведения Торгового реестра Республики Беларусь), Белкоопсоюза. Однако в статистических сборниках, представленных на сайте Национального статистического комитета Республики Беларусь и содержащих разделы, отражающие основные показатели торговой деятельности [1, с. 207], отсутствует информация о торговой деятельности в сельских населенных пунктах страны. Эти сборники содержат в основном только факторы, влияющие на развитие торговой инфраструктуры в сельских населенных пунктах.

Основными источниками информации о развитии инфраструктуры торговли в сельских населенных пунктах являются следующие статистические сборники:

- Розничная и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь : статистический сборник / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. – Минск, 2017. – 224 с.

- Основные показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2016 год. – Минск, 2017. – 64 с.

В них недостаточно информации для анализа состояния и динамики развития инфраструктуры торговли в сельских населенных пунктах Республики Беларусь [1, с. 208]. 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 (с. 37). По торговле в сельских населенных пунктах имеется только следующая информация:

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

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

- торговая площадь магазинов в сельских населенных пунктах, тыс. м².

На сайте Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь информация «Развитие торговой инфраструктуры (по оперативным данным Торгового реестра Республики Беларусь на 01.01.2017 г.)» не содержит данных о развитии торговли в сельских населенных пунктах.

Сведения Торгового реестра Республики Беларусь сложно применимы для анализа состояния и динамики развития инфраструктуры торговли Республики Беларусь, в том числе в сельских населенных пунктах. Существующая форма представления информации в виде табли-

цы Excel не позволяет ее классифицировать по различным признакам, например, по категориям населенных пунктов, что затрудняет принятие управленческих решений.

На сайте Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь в разделе «Торговая инфраструктура» представлены статистические данные о развитии сети объектов общественного питания в Республике Беларусь, в том числе наличие объектов общественного питания придорожного сервиса в Республике Беларусь.

3. Факторы внутренней среды инфраструктуры сельской торговли Республики Беларусь:

- Маркетинг и коммерческая деятельность. Данный фактор характеризует развитие розничного товарооборота в сельских населенных пунктах Беларуси, сильные и слабые стороны.

К сильным сторонам деятельности относятся следующие:

- наиболее интенсивными темпами развивается розничный товарооборот в сельских населенных пунктах Минской области;

- в 2016 г. преломлена тенденция снижения удельного веса розничного товарооборота организаций торговли в сельских населенных пунктах Витебской и Гродненской областей в розничном товарообороте организаций торговли республики.

В Брестской, Гомельской и Могилевской областях удельный вес розничного товарооборота организаций торговли в сельских населенных пунктах в розничном товарообороте организаций торговли по областям Республики Беларусь снижается.

- Материальные ресурсы. Фактор включает следующие составляющие:

- развитие розничной торговой сети потребительской кооперации в сельских населенных пунктах [2, с. 23 (табл. 8)];

- развитие розничной торговой сети в сельских населенных пунктах Республики Беларусь.

Сильные стороны:

- а) в 2016 г. преломлена тенденция снижения количества розничных торговых объектов, в том числе магазинов в сельских населенных пунктах;

- б) растет количество магазинов-аптек;

- в) прогрессивно развивается розничная торговая сеть в сельских населенных пунктах Минской области.

Слабые стороны:

- а) торговая площадь магазинов не достигает нормативного значения обеспеченности торговыми площадями на 1000 жителей для Республики Беларусь;

- б) в 2016 г. по сравнению с 2015 г. снизилось число передвижных средств развозной и разносной торговли, автозаправочных станций;

- в) удельный вес розничных торговых объектов, магазинов, магазинов-аптек, передвижных средств развозной и разносной торговли, расположенных в сельских населенных пунктах в их республиканских значениях имеет тенденцию снижения.

4. Факторы внешней среды, влияющие на сельскую торговлю Республики Беларусь:

- Нормативно-правовой фактор. В нормативных документах, регулирующих торговую деятельность в Республике Беларусь, не прописано понятие «торговая инфраструктура». В них содержатся отдельные направления ее развития, систематизация которых позволила выделить следующие аспекты управления ею, в том числе в сельских населенных пунктах:

- а) государственный учет субъектов хозяйствования;

- б) территориальный принцип размещения субъектов рынка в соответствии с утвержденными исполкомами схемами размещения субъектов хозяйствования;

- в) развитие материально-технической базы по направлениям:

- принятие мер экономического стимулирования строительства и размещения магазинов шаговой доступности, магазинов по обслуживанию малообеспеченных граждан;

- обеспеченность населения торговыми площадями (масштабные проекты по строительству современных торгово-развлекательных центров и комплексов);

- оптимизация (сокращение) торговой сети в малых населенных пунктах.

- г) развитие государственно-частного партнерства в инфраструктуре (привлечение крупных магазинов и торговых сетей к организации выездного обслуживания сельского населения в малочисленных и малодоступных населенных пунктах);

- д) улучшение обслуживания населения в сельской местности;

- е) направления отраслевого развития (анализ экономических показателей развития отраслей, разработка отраслевых программ развития).

В Республике Беларусь принимаются документы, способствующие развитию инфраструктуры сельской торговли:

– Декрет Президента Республики Беларусь № 6 от 7 мая 2012 г. «О стимулировании предпринимательской деятельности на территории средних, малых городских поселений, сельской местности» предоставляет предпринимателям льготы в течение семи календарных лет со дня их государственной регистрации;

– Указ Президента Республики Беларусь № 345 от 22.09.2017 г. «О развитии торговли, общественного питания и бытового обслуживания» предусматривает льготы для индивидуальных предпринимателей и юридических лиц, занимающихся торговлей и бытовым обслуживанием в сельских населенных пунктах (освобождение от налога на добавленную стоимость, 6% налог на прибыль, одна базовая величина – ставка единого налога для индивидуальных предпринимателей и др.);

– Указ Президента Республики Беларусь № 337 от 19 сентября 2017 г. «О регулировании деятельности физических лиц». В республике расширен перечень видов деятельности, для занятия которыми физическим лицам не нужна регистрация как индивидуального предпринимателя.

Нормативная база, регулирующая развитие торговой инфраструктуры в сельской местности Республики Беларусь, характеризуется следующим образом:

– многообразии нормативных документов, регулирующих торговую деятельность и содержащих отдельные направления развития торговой инфраструктуры;

– отсутствие в нормативных документах трактовки одного из ключевых понятий теории управления торговой деятельностью – «торговая инфраструктура»;

– отсутствие терминологического единства (не однозначно трактуются формы розничной торговли, методы розничной продажи, классифицируются розничные торговые объекты по видам и типам).

Многообразие нормативных документов, регулирующих торговую деятельность, обуславливает трудоемкость их анализа, требует значительных затрат времени на его проведение. Их содержание не способствует получению комплексного, системного, целостного представления о развитии торговой инфраструктуры в сельской местности Республики Беларусь.

• Географический (территориальный) фактор характеризуется снижением количества сельских населенных пунктов Республики Беларусь.

• Социально-демографический фактор характеризуется причинами сокращения и развития сельской торговли.

Причины сокращения сельской торговли:

– снижение численности сельского населения республики;

– снижение удельного веса сельского населения в общей численности населения Республики Беларусь;

– продолжительность жизни сельского населения ниже, чем городского и др. [3, с. 48–50].

Причины, обуславливающие развитие сельской торговли:

– рост сельского населения Минской области в 2017 г. по сравнению с 2016 г.;

– рост рождаемости сельского населения в Гомельской области;

– снижение смертности сельского населения с 2005 г., в том числе по всем областям и др. [4, с. 128, 129].

• Экономический фактор.

Причины сокращения сельской торговли:

– наибольший удельный вес численности безработных, проживающих в сельских населенных пунктах Минской области, в численности безработных, проживающих в сельских населенных пунктах, зарегистрированных в органах по труду, занятости и социальной защите Республики Беларусь;

– уровень малообеспеченности населения в сельских населенных пунктах в процентах от численности населения соответствующей группы значительно превышает уровень малообеспеченности населения в городах и поселках городского типа и др. [3, с. 50, 51].

Причины, обуславливающие развитие сельской торговли:

– снижение численности безработных, проживающих в сельских населенных пунктах Республики Беларусь, а также по всем областям, зарегистрированных в органах по труду, занятости и социальной защите;

– снижение доли потребления продуктов питания (мясо и мясные продукты, молоко и молочные продукты, картофель, овощи и бахчевые, фрукты и ягоды), произведенных в личных подсобных хозяйствах в сельских населенных пунктах, в общем объеме потребления и др. [4, с. 129].

- Фактор культуры.

Причина сокращения сельской торговли – снижение основных показателей деятельности организаций культуры в сельских населенных пунктах: число публичных библиотек, количество выданных книг и журналов, численность пользователей библиотечного фонда, число клубных учреждений.

- Научно-технический (технологический) фактор.

Причины сокращения сельской торговли:

– снижение удовлетворенности жителей сельских населенных пунктов качеством услуг сотовой связи; низкий уровень удовлетворенности качеством услуг сети «Интернет»;

– не достаточно высокий уровень использования жителями сельских населенных пунктов информационно-коммуникационных технологий. Низкий удельный вес интернет-пользователей, использующих сеть «Интернет» для покупки товаров, получения услуг.

Причина, обуславливающая развитие сельской торговли, – рост числа домашних хозяйств, имеющих доступ к сети «Интернет» с домашнего компьютера (по данным выборочного обследования домашних хозяйств по уровню жизни; в процентах к общему числу домашних хозяйств соответствующей группы).

- Конкурентный фактор характеризуется развитием конкуренции на сельском рынке, потерей торговой отраслью потребительской кооперации своих позиции на рынке сельских населенных пунктов.

Характеристики факторов формирования комплексной инфраструктуры сельской торговли Республики Беларусь явятся исходным материалом для проведения СВОТ-анализа с целью разработки основных направлений (мероприятий) развития комплексной инфраструктуры сельской торговли.

Список использованной литературы

1. **Бондаренко, О. Г.** Состояние и развитие инфраструктуры сельской торговли Республики Беларусь / О. Г. Бондаренко // Современные направления теории и практики экономического анализа, бухгалтерского учета, финансового менеджмента : сб. материалов междунар. науч. конф., Новосибирск, 5–6 декабря 2017 г. / под ред. Е. Н. Лищук, Е. И. Леоненко, Е. С. Еременко, В. А. Суровцевой, М. К. Чернякова, Л. П. Наговициной / Частное образовательное учреждение высшего образования Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации». – Новосибирск : СибУПК, 2017. – Ч. 1. – С. 206–212.

2. **Бондаренко, О. Г.** Развитие торговой инфраструктуры потребительской кооперации в сельских населенных пунктах Республики Беларусь / О. Г. Бондаренко // Потребит. кооп. – 2018. – № 2 (61). – С. 18–24.

3. **Бондаренко, О. Г.** Система факторов внешней среды, влияющих на сокращение сельской торговли потребительской кооперации Беларуси / О. Г. Бондаренко // Дни науки – 2018 : сб. трудов междунар. научно-практ. конференции, 4–5 апреля 2018 г. : в 2 ч. : под ред. В. И. Бакайтис / Частное образовательное учреждение высшего образования Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации». – Новосибирск, 2018. – Ч. 1. – С. 47–53.

4. **Бондаренко, О. Г.** Внешние факторы роста сельской торговли Беларуси / О. Г. Бондаренко // Институційний розвиток соціально-економічних систем: національна економіка у глобальному середовищі : збірник наукових праць за матеріалами X Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 15–17 травня 2018 року). – Полтава : ПУЕТ, 2018. – 186 с. – С. 128–130.