

# СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ РОЗНИЧНОЙ СЕТЕВОЙ ТОРГОВЛИ ГОМЕЛЬСКОГО РЕГИОНА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*Коробкин Анатолий Зиновьевич,  
кандидат экономических наук, доцент,  
УО «Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации»,  
г. Гомель, Республика Беларусь;  
Якимик Анна Ярославовна,  
аспирант,  
Белорусский Государственный экономический университет,  
г. Минск, Республика Беларусь*

Потребительский рынок в Республике Беларусь вступил в этап своего бурного развития, интеграции торговли и перераспределения сфер влияния. Тенденции развития розничной торговли в Республике Беларусь обусловлены особенностями формирования мирового рынка ритейла, которые в настоящее время свидетельствуют о бурном росте количества торговых объектов, росте количества розничных торговых сетей, появлении новых торговых форматов.

В соответствии с Национальной стратегией устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года, основной целью стратегического развития торговли является стабильное обеспечение спроса различных категорий населения в высококачественных товарах широкого ассортимента, преимущественно отечественного производства, при высоком уровне обслуживания. Наряду с этим предусматривается усиление социальной ориентации в развитии потребительского рынка, предоставление всем категориям населения возможности выбора широкого ассортимента качественных товаров и услуг по доступным ценам [1].

Значительные изменения, происходящие на потребительском рынке Республики Беларусь, отражаются в следующих тенденциях: устойчивый рост розничного товарооборота как в текущих, так и в сопоставимых ценах; сокращение доли продовольственных товаров в общем объеме продаж и, соответственно, рост доли непродовольственных товаров; увеличение доли крупных торговых организаций в розничном товарообороте, что обусловлено развитием в стране сетевой торговли; значительный рост доли частного бизнеса в сфере розничной торговли, что свидетельствует об открытости отрасли для частного и иностранного капитала; значительное увеличение торговых площадей. Торговая площадь розничных торговых объектов в 2017 г. выросла на 365,1 тыс. кв. м, что составляет 6,3% по сравнению с 2016 г. и на 1 января 2018 г. составила 6130,4 тыс. кв. м., что, соответственно, отразилось на увеличении обеспеченности населения торговыми площадями на 1000 жителей. На 1 января 2018 г. торговая площадь розничных торговых объектов на 1000 жителей составила 710 кв. м. против 294 кв. м. в 2005 г.; наблюдается активное развитие электронной торговли [1].

Для государства одним из важнейших вопросов остается организация торгового обслуживания в малых городах и сельской местности и развитие там соответствующей инфраструктуры. За последние 5 лет доля розничного товарооборота сельских населенных пунктов в товарообороте страны снизилась на 1,5 п. п. По итогам 2017 г. этот показатель составил 13,2%.

В Гомельской области розничная торговля развивается в соответствии с изменением потребительского спроса в целом по стране, ростом требований к качеству и безопасности товаров и культуре обслуживания. Управление торговлей в регионах (городах, районах) подчинено общегосударственным целям и задачам, однако требует учета региональной специфики. Для крупных населенных пунктов нет особых проблем с привлечением крупных игроков ритейла разного формата, обеспечивающих соблюдение современных правил торговли и соответствие требованиям качества обслуживания. Другое дело с малыми и средними городами, платежеспособность спроса населения в которых недостаточна, в связи с чем инвестиционная привлекательность недостаточна для формирования современного рынка торговли местного масштаба.

По данным национального статистического комитета Республики Беларусь, развитие торговой инфраструктуры в Гомельской области происходит в соответствии с общереспубликанскими тенденциями (табл. 1, составлена по данным [4]).

Таблица 1

**Развитие торговой инфраструктуры Гомельской области в 2015-2017 гг.**

Показатель	Год			Отклонение 2017 г. от 2015 г.	
	2015	2016	2017	абсолютное	%
Объекты розничной сети, всего, ед.	8108	8462	8666	588	6,8%
– из них в сельской местности	1628	1531	1500	-128	-7,8%
Магазины, всего, ед.	7357	7699	7893	536	7,2%
– из них в сельской местности	1588	1486	1456	-132	-8,3%
Торговая площадь магазинов, тыс. кв. м	726,9	722,5	732	5,1	0,7%
– из нее в сельской местности	116,9	108,5	104,9	-12	-10,3%
Торговые центры, ед.	107	104	100	-7	-6,5%
Рынки, ед.	71	69	69	-2	-2,8%

На основе анализа данных, представленных в табл. 1, необходимо отметить, что в Гомельской области прослеживается устойчивая тенденция к увеличению числа розничных торговых объектов, а это, в свою очередь, не может не сказаться на повышении уровня торгового обслуживания населения. Число объектов розничной сети увеличилось в 2017 г. на 588 ед. (6,8%) и составило 8666 ед. против 8108 ед. в 2015 г. Наряду с этим следует отметить тенденцию к уменьшению количества торговых объектов в сельской местности на 7,8% (на 128 ед.).

Прирост объектов розничной торговли обусловлен, прежде всего, постоянным увеличением общего числа магазинов в целом по Гомельской области с 7357 ед. в 2015 г. до 7893 в 2018 г. (на 536 ед.). Однако наблюдается снижение их количества в некоторых районах сельской местности (Ветковском, Житковичском, Кормянском, Лоевском, Наровлянском). В соответствии с увеличением количества объектов розничной торговли произошло и увеличение торговой площади магазинов на 5100 кв. м. Однако, в сельской местности наблюдается сокращение данного показателя на 10% (на 12000 кв.м.).

Наряду с ростом количества объектов розничной сети в Гомельской области происходит сокращение количества рынков и торговых центров в 2017 г. по сравнению с 2015 г., что соответствует общереспубликанской тенденции. Так. число торговых центров сократилось на 7 ед., а рынков – на 2 ед.

Согласно данным информационно-справочной системы «Торговый реестр Республики Беларусь», на 1 тысячу жителей Гомельской области в 2017 году приходилось 618,8 кв. м торговых площадей против 576,2 кв. м в 2015 году (рост на 42,6 кв.м). Данные по обеспеченности населения Гомельской области торговыми площадями представлены в табл. 2 (составлена по данным [5]).

Таблица 2

Обеспеченность населения Гомельской области торговыми площадями в 2015–2017 гг.

(кв. м / 1000 чел.)

Административно-территориальная единица	Год			Отклонение 2017 г. от 2015 г.	
	2015	2016	2017	кв. м	%
Гомельская область	576,2	598,7	618,8	42,6	7,4%
г. Гомель	550,9	564,9	580	29,1	5,3%

Обеспеченность населения торговыми площадями в расчете на тысячу человек является относительным показателем, на результаты которого, помимо размеров торговой площади, большое влияние оказывает численность населения. В целом по Гомельской области социальный стандарт по обеспеченности населения торговыми площадями выполняется и с каждым годом значение данного показателя растет. Это связано и с развитием в Республике Беларусь, в том числе и в Гомельской области, крупных торговых объектов сетевого формата. Крупные торговые сети обладают эффектом масштаба и получают большие возможности ценового давления на поставщиков, что позволяет им закупать товары по более низким ценам и иметь конкурентные ценовые преимущества. С увеличением масштаба торгового бизнеса происходит и снижение уровня издержек. Наряду с этим, как свидетельствует мировой, а особенно европейский и российский опыт, монополизация розничной торговли приводит к еще большей монополизации промышленности, диспропорции, повышению цен, снижению качества торгового обслуживания населения, ассортимента товаров, разрушению добросовестной конкуренции, разорению значительного числа малых и средних торговых организаций, производственных предприятий. Большое значение в сложившейся ситуации имеет

антимонопольное регулирование в торговле, которое направлено на недопущение монополизации и захвата потребительского рынка сетями, создание условий для здоровой конкуренции, недопущения использования своего преимущественного права на потребительском рынке, развитие торговых объектов всех типов и форм собственности. Антимонопольное регулирование деятельности торговых сетей является общепринятой международной практикой. В Республике Беларусь эту деятельность осуществляет Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь.

По данным Торгового реестра Республики Беларусь, в структуре розничной торговли Гомельской области происходит увеличение количества магазинов, относящихся к торговым сетям. В 2017 г. их количество составило 3360 ед., что на 6% больше, чем в 2016 г. Данные о количестве сетевых магазинов в Гомельской области представлены в табл. 3 (составлена по данным [5]).

Таблица 3

**Количество сетевых магазинов по городам и районам Гомельской области в 2016-2017 гг.,**

(ед.)

Административно-территориальная единица	Год								Отклонение 2017 г. от 2016 г.	
	2016				2017				абсолютное	%
	ед.	в том числе в сельских населенных пунктах	в городских населенных пунктах	вне населенных пунктов	ед.	в том числе в сельских населенных пунктах	в городских населенных пунктах	вне населенных пунктов		
Гомельская область	3174	856	2285	33	3360	848	2476	36	186	5,8%
г. Гомель	922		922		1004		1004		82	8,9%

В настоящее время, учитывая специфику регионального рынка, большее количество сетевых магазинов (66%) по Гомельской области расположены в городских населенных пунктах, в 2017 г. оно составило 2476 ед., против 2285 ед. в 2016 г., а количество сетевых магазинов, расположенных в сельских населенных пунктах или вне их, – 884 ед. в 2017 г., против 889 ед. в 2016 г.

На потребительском рынке Гомельской области торговые сети представлены региональными торговыми сетями, осуществляющими свою деятельность в рамках одного региона, а также национальными торговыми сетями, осуществляющими свою деятельность на территории двух и более регионов. Региональная сеть Гомельской области представлена более чем 60 торговыми сетями. Наиболее крупными торговыми сетями области по площадям и количеству магазинов являются такие: БЕЛКООПСОЮЗ – торговая площадь составляет 132044,2 кв. м, (1120 ед.); ООО «Евроторг» (Евроопт, Бруснічка) – торговая площадь составляет 47100,04 кв. м. (261 ед.), ТДУП «Торговый дом «Лагуна» АМИ-мебель, торговая площадь – 12942,3 кв.

м (47 ед.), ЧТУП «ЗападХимТорг» («Остров чистоты») торговая площадь – 12268,8 кв. м. (74 ед.), ТУП «Пинскдрев-Гомель» (Пинскдрев), торговая площадь – 11625,8 кв. м (22 ед.), ЗАО «Доброном» (Доброном, Копеечка) с торговой площадью 11004,4 кв. м. (49 ед.), СООО «Торгово-промышленная группа Вест Ост Юнион» (Буслик), торговая площадь – 5245,1 кв. м. (7 ед.), ООО«Парфюм Трейд» (Мила) с торговой площадью 4880,5 кв. м. (46 ед.).

К региональным торговым сетям относятся: ООО «Космоопт» (Косметичка, Белье и одежда), торговая площадь – 4063 кв. м. (29 ед.), ОАО «Сахарторг», торговая площадь – 2832,6 кв. м (19 ед.), ОАО «Новобелицкая компания «Алеся»», торговая площадь – 2711 кв. м., (15 ед.), ООО «Широких» «Два гуся», торговая площадь – 1458,2 кв. м. (9 ед.) и др.

Отдельного внимания заслуживает потребительская кооперация, ей принадлежит важная социальная роль в системе жизнеобеспечения сельских жителей страны. В настоящее время подведомственные Белкоопсоюзу организации обслуживают 3378,1 тыс. жителей, или 35,6% населения республики. Белкоопсоюзу принадлежит более 8 тысяч магазинов (16,1% торговых объектов от общего количества торговых объектов в республике), 67% из них расположены в сельской местности. Магазины располагаются в небольших деревнях, агрогородках, в районных и городских центрах. В населенных пунктах, в которых отсутствует стационарная сеть, обслуживание осуществляют 704 автомагазина. Более 2000 магазинов составляет розничная сеть «Родный кут»[2, с. 24–27].

В Гомельской области торговое обслуживание жителей сельских малочисленных и отдаленных населенных пунктов осуществляется, в основном, силами и средствами потребительской кооперации, а также магазинами индивидуальных предпринимателей и малых торговых организаций. Однако на сегодня сети продолжают экспансию в регионы. Тем более, что этому способствует Указ Президента Республики Беларусь от 22.09.2017 г. № 345 «О развитии торговли, общественного питания и бытового обслуживания», снявший ограничения на расширение торговых площадей на территории сельской местности для торговых сетей, доля которых в объеме розничного товарооборота продовольственных товаров в границах районов превышает 20% [3]. Так, «Евроопт» и «Корона» начинают составлять серьезную конкуренцию Белкоопсоюзу и покрывать сетью современных магазинов многие агрогородки Беларуси и сельские населенные пункты с численностью от 200 человек. О приходе в регионы объявили и многие другие ритейлеры: «Домашний», «Виталюр», компания «Санта Ритейл» и др. Однако вопрос обеспечения малых и сельских населенных пунктов объектами розничной торговли в Гомельской области и в целом в республике остается пока нерешенным в связи с недостаточной платежеспособностью спроса, а соответственно, и низкой инвестиционной привлекательностью для крупных национальных ритейлеров.

Таким образом, проведенный анализ позволяет сформулировать следующие перспективные направления развития розничной торговли Гомельского региона:

- возрастающий дефицит торговых площадей и, соответственно, дальнейшее обеспечение населения области торговыми площадями;
- совершенствование типизации и специализации торговой сети;
- развитие торговой инфраструктуры в малонаселенных сельских территориях в целях усиления социальной ориентации;
- предоставление всем категориям населения возможности выбора широкого ассортимента качественных товаров и услуг по доступным ценам;
- восстановление работы ранее закрытых торговых объектов, особенно в сельских населенных пунктах;
- развитие сетевой торговли в районных центрах и сельской местности;
- привлечение иностранных инвестиций в развитие торговой инфраструктуры;
- увеличение доли современных форматов розничной торговли;
- рост популярности мультиформатного подхода к организации бизнеса;
- увеличение конкуренции на потребительском рынке в г. Гомеле, вследствие чего темпы роста продаж будут уступать темпам роста соответствующих показателей в районах;
- постепенное снижение рентабельности ритейлеров как за счет увеличения конкуренции, так и путем повышения затрат (в том числе и капитальных);
- повышение уровня потребительских запросов к качеству обслуживания в сетях;
- структурная оптимизация крупных торговых сетей.

#### **Список использованных источников**

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года // Экономический бюллетень Научно-исследовательского экономического института Министерства экономики Республики Беларусь. 2015. № 4 (214). С. 6–99.
2. Потребительской кооперации Беларуси исполнилось 100 лет // Гермес. 2017. № 7. С. 24–27.
3. О развитии торговли, общественного питания и бытового обслуживания // Указ Президента Республики Беларусь от 22.09.2017 г. № 345. URL: [http://president.gov.by/ru/official\\_documents\\_ru/view/ukaz-345-ot-22-sentjabrja-2017-g-17158/](http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/ukaz-345-ot-22-sentjabrja-2017-g-17158/) (Дата доступа: 07.03.2018).
4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь URL: <http://www.belstat.gov.by/>
5. Управления торговли и услуг Гомельского областного исполнительного комитета. URL: [http://www.gomel-region.by/ru/upr\\_torg-ru/](http://www.gomel-region.by/ru/upr_torg-ru/)