

РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ ЖИТКОВИЧСКОГО РАЙОНА

В последние годы ярко проявляется влияние внешней среды на функционирование организаций потребительской кооперации.

Наблюдается постоянное уменьшение численности сельского населения, обслуживаемого системой потребительской кооперации, что снижает возможности увеличения объема розничного товарооборота потребительской кооперации в сельской местности (таблица).

Удельный вес численности сельского населения в общей численности жителей Республики Беларусь за 1996–2018 гг., %

Показатели	Годы					
	1996	2001	2005	2010	2015	2018
Население Республики Беларусь, тыс. чел.	10 177,3	9 956,7	9 697,5	9 500,0	9 480,9	9 491,8
Удельный вес сельского населения в общей численности, %	31,86	29,90	28,17	25,50	22,74	21,91
Примечание – Собственная разработка автора на базе данных Национального статистического комитета Республики Беларусь.						

Снижение количества магазинов в системе происходит, в основном, за счет закрытия убыточных стационарных торговых объектов в сельских населенных пунктах с минимальным количеством проживающего населения.

На рынок розничной торговли Республики Беларусь вышли крупные сетевые игроки в сфере ритейла, 14 из которых осуществляют торговлю преимущественно продовольственными товарами («Евроопт», «Корона», «Рублевский», «Родная сторона», «Соседи», «Алми» и др.). Торговая сеть «Евроопт» (управляющая компания ООО «Евроторг») имеет планы по экспансии рынка продовольственных товаров, бытовой техники, а также промышленной группы товаров в населенных пунктах, традиционно обслуживаемых системой потребительской кооперации.

К примеру, в Житковичском районе численность населения на 1 января 2018 г. составляет 35 842 человека, в том числе в городах (Житковичи и Туров) проживают 49,5% населения района. В Житковичском райпо на конец 2018 г. имелось 106 розничных торговых объектов, из них 92 магазина (81 – по торговле продовольственными товарами, 11 – по торговле непродовольственными товарами). Средняя площадь одного магазина 81 м². Имеется 5 автомагазинов. 68 объектов Житковичского райпо, или 64% торговых объектов расположено в сельской местности. За 2018 г. было закрыто 7 магазинов.

С целью оптимизации численности персонала по торговле была уменьшена численность работников с 325 человек в 2017 г. до 247 человек в 2018 г., т. е. на 78 человек. А по всем отраслям Житковичского райпо уменьшение численности персонала за год составило 122 человека.

Житковичское райпо в общем розничном товарообороте Гомельского ОПС занимает 6,79%. Розничный товарооборот на одного жителя в 2018 г. составил 555 р., в то время как в 2017 г. данный показатель был равен 618 р. 90,2% всего розничного товарооборота Житковичского райпо – это реализация пищевых продуктов.

Возрос удельный вес розничного товарооборота в сельской местности с 56,3% в 2017 г. до 57,5% в 2018 г. Потеря доли рынка в городах Житковичи и Туров связана с тем, что люди покупают продукты там, где дешевле, а именно в сети магазинов «Евроопт», «Доброном», либо в магазинах индивидуальных предпринимателей. В городе Житковичи таковыми, например, являются магазины «Супер-мечта», «Меркурий», «Витязь», «Эконом-маркет», «Березка», «Сустрэча» и др.

В 2018 г. по результатам АВС-анализа розничного товарооборота Житковичского райпо в группу А вошли четыре товарных группы: алкогольные напитки, мясо и мясные продукты, мо-

лочные продукты, хлеб, пирожные и хлебобулочные изделия. У всех этих групп удельный вес в розничном товарообороте продовольственных товаров составляет не менее 10%. При этом у самой продаваемой группы (алкогольные напитки) удельный вес в розничном товарообороте составил 32,47%, т. е. каждый третий рубль в магазинах потребительской кооперации тратится на покупку алкоголя. Из непродовольственных товаров наибольший удельный вес в 2017–2018 гг. в розничном товарообороте занимают одежда и строительные материалы.

Основной целью развития торговли в потребительской кооперации должно стать формирование единой системы сетевой торговли, единых стандартов оформления торговых объектов, обслуживания в них; формирование и введение единых товарных матриц на основные группы товаров с учетом региональных особенностей; создание единой логистической системы для торговой сети потребительской кооперации.