

Д. В. Курбыко

Научный руководитель

Т. В. Гасанова

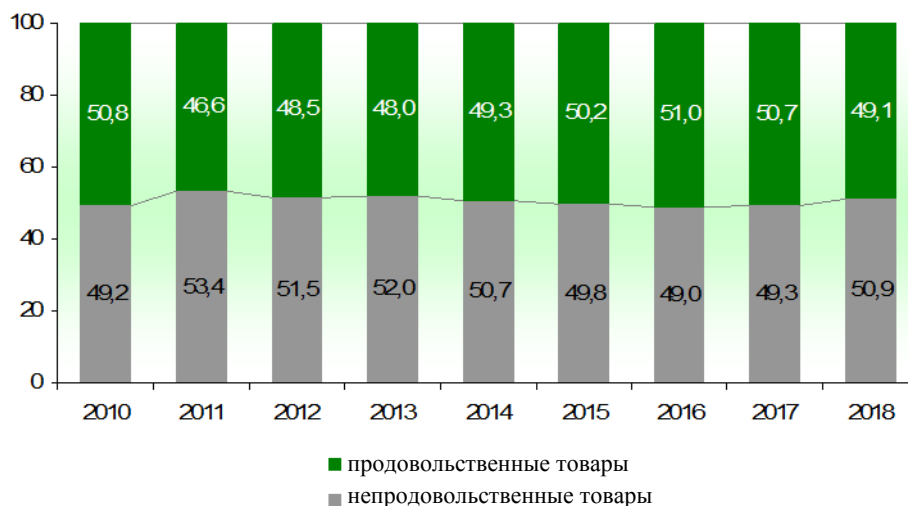
Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Одной из важных целей развития организаций потребительской кооперации на современном этапе является усиление позиций в конкурентном пространстве, увеличении доли присутствия в сегменте рынка предоставления услуг. Для выполнения цели важно прежде всего определить преимущества самой кооперативной системы потребительской кооперации, чтобы иметь взаимовыгодные результаты. Сегодня потребительская кооперация представляет собой значительную часть экономики. Вклад торговли в объем валового внутреннего продукта Республики Беларусь составляет около 12–14%, в объем валовой добавленной стоимости – 13–16%, а в общую занятость населения – до 13–14% [1].

Анализ данных национального статистического комитета Республики Беларусь показывает существенные структурные изменения в объеме розничного товарооборота. Снижается доля государственной и частной торговли, соответственно, увеличивается удельный вес иностранной торговли. Доля государственной торговли в 2018 г. составила 9,8%, доля частной торговли – 65,3%, наблюдается сокращение на 0,3% и 0,8% соответственно по сравнению с 2017 г. Соотношение доли продовольственных и непродовольственных товаров в 2018 г. составило 49,1 и 50,9% соответственно (рисунок).

Соотношение продовольственных и непродовольственных товаров в объеме розничного товарооборота



Примечание – Источник: Национальный статистический комитет Республики Беларусь.

Одной из характерных особенностей развития экономики в Республике Беларусь является усиление конкуренции на потребительском рынке. Тем не менее в условиях конкуренции кооперативная система осуществляет социально-экономическую деятельность и играет важную роль в развитии экономики регионов. В этих условиях для кооперации важно не только суметь удержать достигнутые позиции на рынке предоставления услуг, но и повысить конкурентоспособность самих организаций, достигнуть эффективности и рентабельности в отраслях. На долю потребительской кооперации Республики Беларусь приходилось 9,8% розничного товарооборота торговли торговых организаций республики, 15,7% – розничного товарооборота общественного питания, 22,6% – магазинов, 23,6% – торговых площадей магазинов, 20,9% – объектов общественного питания, 15,8% – посадочных мест объектов общественного питания, 0,5% – объемов производимых в республике пищевых продуктов, 21% – хлеба, 9,2% – мясных полуфабрикатов, 3,5% – мяса, 0,9% – минеральной воды, 2% – безалкогольных напитков, 1,1% – колбасных изделий, свыше 90% – от республиканского производства клеточной пушнины.

Снижаются темпы заготовки сельхозпродукции и сырья. В 2018 г. объем закупок у населения картофеля составил 76,3% к уровню 2017 г., зерна – 76,8%, мяса и мясопродуктов – 77,9%, меда – 81%, лука – 84,9%, свеклы – 86,6%, молока – 92,9%, капусты – 94,3%. Эта тенденция сохранилась и в текущем году: в январе–августе 2019 г. по сравнению с соответствующим периодом 2018 г. объемы заготовок продукции и сырья уменьшились практически по всем позициям, за исключением грибов, лома черных металлов и стеклянного боя [2].

Для преодоления и снижения объемов товарооборота в потребительской кооперации применяются следующие меры развития внешней и внутренней экономической деятельности:

- разработка и реализация комплекса мер по повышению качества и снижению себестоимости продукции, в том числе сертификации производств, внедрению современной упаковки и маркировки, выпуску востребованного на внешних рынках ассортимента товаров;

- централизация переработки (предпродажной подготовки) и экспортной логистики дикорастущих ягод, кожевенного сырья и плодоовощной продукции на областном или республиканском уровне для получения продукции, соответствующей современным экспортным требованиям и обеспечения единой стратегии продаж крупным оптовым покупателям на долгосрочной основе;

- обеспечение систематической экспортной деятельности всеми подведомственными организациями, осуществляющими заготовку, производство или оптовую торговлю;

- диверсификация структуры экспорта, посредством вовлечения в экспортный оборот новых видов продукции и расширения номенклатуры экспорта в каждой товарной группе;

- увеличение доли экспорта переработанной продукции, как собственной промышленности, так и на давальческих условиях;

- повышение экономической эффективности внешнеторговой деятельности, в том числе за счет расширения практики расчетов за импортные товары встречными поставками белорусской продукции;

- закупки товаров критического импорта непосредственно у производителей этих товаров на максимально выгодных условиях [3].

Таким образом, проведенное исследование развития потребительской кооперации позволило определить, что розничная торговля является основным видом деятельности. Следует отметить, что организации розницы, входящие в систему, обладают огромным потенциалом для своего дальнейшего развития, однако имеют место факторы, которые отрицательно влияют на отрасль:

- практически отсутствуют торговые сети, отвечающие современным требованиям для обеспечения экономической эффективности, рентабельности, конкурентоспособности розницы;

- в системе функционирует значительное количество нерентабельных (убыточных) магазинов, которые расположены в сельской местности и обслуживают сельских жителей деревень, где проживают менее 100 человек;

- многие организации территориально удалены от логистических распределительных центров.

Список использованной литературы

1. **Официальный** сайт Белорусского республиканского союза потребительских обществ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.bks.gov.by>. – Дата доступа : 18.10.2019.

2. **Об утверждении** Концепции развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы : постановление Правления Белкоопсоюза от 29 февр. 2016 г. № 47 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.

3. **Гасанова, Т. В.** Стратегии управления товарооборотом: предпосылки роста / Т. В. Гасанова, Н. А. Сныткова // Современная торговля: теория, практика, перспективы развития : материалы Третьей международной инновационной научно-практической конференции [Электронный ресурс]. – М. : Изд-во Моск. гуманитарного ун-та, 2013. – С. 22–26.