

## О СТРУКТУРЕ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

В статье проанализирована структура розничного товарооборота потребительской кооперации и предложены возможные мероприятия по ее оптимизации.

The article analyzes the structure of the retail turnover of consumer cooperation and proposed possible measures for optimizing it.

*Ключевые слова:* структура розничного товарооборота; ключевые товарные группы; оптимизация структуры розничного товарооборота.

*Key words:* structure of retail turnover; key product groups; optimization of the structure of retail turnover.

Основными внешними факторами, формирующими структуру розничного товарооборота в системе потребительской кооперации, являются уровень доходов обслуживаемого населения и уровень конкуренции.

В 2020 г. розничный товарооборот торговли по системе Белкоопсоюза составил 1 939,8 тыс. р., из которых 1 205,7 тыс. р., или 62,2%, приходилось на сельскую местность. На систему Белкоопсоюза в 2020 г. пришлось 3,65% розничного товарооборота торговли через все каналы реализации. Это на 0,28% меньше аналогичного показателя за 2019 г. Удельный вес потребительской кооперации в розничном товарообороте отдельных областей несколько выше и колеблется от 3,79% в Минской области до 7,79% в Могилевской области.

Особенности размещения розничного товарооборота системы Белкоопсоюза между городом и селом определили особенности структуры розничного товарооборота.

Структуру розничного товарооборота можно изучать с разной степенью детализации (макроструктура, товарно-групповая структура, товарно-ассортиментная структура, микро-структура).

В розничном товарообороте потребкооперации в 2020 г. преобладали пищевые продукты, табачные и алкогольные напитки. Их удельный вес составил 90,63% и возрос по сравнению с 2019 г. на 0,35%. Удельный вес пищевых продуктов в розничном товарообороте выше 90% характерен для всех областных потребительских обществ (ОблПО) и облпотребсоюзов (ОПС), кроме Брестского и Могилевского ОПС.

Макроструктура розничного товарооборота системы Белкоопсоюза существенно отличается от макроструктуры розничного товарооборота в целом по Республике Беларусь, где в 2020 г. пищевые продукты, включая напитки, и табачные изделия составили в розничном товарообороте меньше половины – 48,9% [1, с. 15].

При этом наблюдается высокая концентрация розничного товарооборота в системе Белкоопсоюза по небольшому количеству товарных групп. В 2020 г. за счет пяти товарных групп (алкогольных напитков, мяса и мясных товаров, молочных продуктов, хлеба и хлебобулочных изделий, табачных изделий) было обеспечено 66,29% всего розничного товарооборота потребительской кооперации Республики Беларусь (таблица).

**Удельный вес ключевых товарных групп в розничном товарообороте системы Белкоопсоюза  
за 2019–2020 гг., %**

Товарные группы	2019	2020	Изменение (+; -)
Алкогольные напитки	23,62	23,29	-0,33
Мясо и мясные товары	14,82	14,21	-0,61
Молочные продукты	11,17	11,73	0,56
Хлебобулочные и мучные кондитерские изделия	10,28	9,93	-0,35
Табачные изделия	6,55	7,13	0,58
<i>Итого по 5 товарным группам</i>	<i>66,44</i>	<i>66,29</i>	<i>-0,15</i>

Окончание

Товарные группы	2019	2020	Изменение (+;-)
Безалкогольные напитки	3,16	3,30	0,14
Сахаристые кондитерские изделия	3,40	3,17	-0,23
Рыба, ракообразные и моллюски	2,68	2,68	-
Свежие овощи и грибы	2,35	2,25	-0,10
Свежие фрукты и орехи	1,69	1,81	0,12
<i>Итого по 10 товарным группам</i>	<i>79,72</i>	<i>79,50</i>	<i>-0,22</i>
Сахар и сахарозаменители	1,56	1,76	0,20
Пищевые масла и жиры	1,50	1,53	0,03
Обработанные фрукты и овощи	1,35	1,39	0,04
Строительные материалы	1,14	1,17	0,03
Кофе, чай, какао и специи	1,22	1,15	-0,07
<i>Итого по 15 товарным группам</i>	<i>86,49</i>	<i>86,50</i>	<i>0,01</i>
Примечание – Источник: собственная разработка авторов на основе данных Белкоопсоюза.			

В среднем по Республике Беларусь удельный вес продажи алкоголя в розничном товарообороте в 2020 г. составил 8,6% [1, с. 29], в то время как по системе Белкоопсоюза из каждых 100 р. розничного товарооборота обеспечивалось продажей алкоголя в 2019 г. 23,62 р., а в 2020 г. – 23,29 р. розничного товарооборота, т. е. почти каждый четвертый рубль в объеме продаж. В структуре продажи алкоголя в 2020 г. 28% занимала реализация вина, 51% – водки, 19% – пива. Объем реализации коньяка, ликеров, слабоалкогольных напитков был незначительным.

Ключевой товарной группой в структуре розничного товарооборота всех областных потребительских обществ и облпотребсоюзов является продажа мяса и мясных продуктов. В системе Белкоопсоюза мясо и мясные продукты составляют 14,21 р. из каждых 100 р. реализованных товаров, из них мясо – 3,60 р., мясные продукты – 10,30 р., консервы мясные – 0,31 р. Для сравнения: удельный вес мяса и мясных товаров в розничном товарообороте в среднем по Республике Беларусь в 2020 г. существенно ниже – 8,8% [1, с. 29].

В системе Белкоопсоюза во внутригрупповой структуре по данной товарной группе 26% занимает мясо и птица, включая субпродукты пищевые, 73% – мясные продукты и лишь незначительную часть – мясные консервы. В структуре продажи мяса и птицы преобладает продажа птицы (46% от реализации мяса и птицы). В реализации мяса в 2020 г. в среднем по системе Белкоопсоюза 75% составляет реализация свинины, 25% – говядины.

Третью позицию по значимости в розничном товарообороте системы Белкоопсоюза занимают молочные продукты, при этом их роль в формировании розничного товарооборота в 2020 г. по сравнению с 2019 г. возросла. Из 100 р. розничного товарооборота системы Белкоопсоюза 11,73 р. было обеспечено за счет продажи молочных товаров (для сравнения: в среднем по Республике Беларусь показатель составляет 6,3%) [1, с. 29].

Во внутригрупповой реализации молочных продуктов преобладает реализация молока – 3,10% в розничном товарообороте системы Белкоопсоюза, или 27% от общего объема реализации молочных продуктов. Продажа творога занимает 12% в продаже молочных продуктов, сыров – 11%, масла сливочного – 11%.

Одной из ключевых товарных групп в розничном товарообороте системы Белкоопсоюза, четвертой по значимости, является реализация хлеба и хлебобулочных изделий. В 2020 г. эта товарная группа обеспечивала 9,93 р. из каждых 100 р. розничного товарооборота, в том числе 6,63 р. обеспечивалось продажей хлеба и хлебобулочных изделий, 3,30 р. – продажей мучных кондитерских изделий.

Значительный удельный вес в розничном товарообороте всех областей занимает также продажа табачных изделий – 7,13%, что выше по сравнению с 2019 г. на 0,58%.

В топ-10 товарных групп, занимающих наибольший удельный вес в розничном товарообороте системы Белкоопсоюза, кроме указанных выше пяти товарных групп входят также:

– безалкогольные напитки – 3,30% в розничном товарообороте в 2020 г., из которых 54% занимает продажа газированных безалкогольных напитков, 23% – продажа минеральной воды, 8% – фруктовых и овощных соков, 9% – нектаров;

– сахаристые кондитерские изделия – 3,17% в розничном товарообороте (снижение по сравнению с 2019 г. на 0,23 процентного пункта);

– рыба, ракообразные и моллюски – 2,68% в розничном товарообороте, из которых 54% занимает продажа рыбы, 46% – реализация пресервов, консервов из рыбы, пресервов икры и икорных изделий;

– свежие овощи и грибы – 2,25% в розничном товарообороте, из которых 12% составляет реализация свежего картофеля;

– свежие фрукты и орехи – 1,81% в розничном товарообороте (рост по сравнению с 2019 г. на 0,12 процентного пункта).

В топ-15 ключевых товарных групп дополнительно к вышеуказанным входят сахар и сахарозаменители, пищевые масла и жиры, обработанные фрукты и овощи – 1,35% в розничном товарообороте, из которых обработанные фрукты и орехи составляют 28%, джемы, желе, пюре или пасты фруктовые или ореховые – 5%; строительные материалы; кофе, чай, какао и специи.

Топ-15 по Гомельскому ОблПО не отличается от топ-15 по системе Белкоопсоюза, лишь сахаристые кондитерские изделия по Гомельскому ОблПО выше по рейтингу, чем безалкогольные напитки, а удельный вес свежих фруктов и орехов превышает в розничном товарообороте удельный вес свежих овощей и грибов, в отличие от средних показателей по системе Белкоопсоюза.

Проведенное исследование структуры розничного товарооборота по системе потребительской кооперации Республики Беларусь позволяет предложить ряд мер по ее оптимизации. Под оптимизацией розничного товарооборота мы понимаем процесс выбора из всех возможных вариантов структуры розничного товарооборота той, которая даст наилучшие результаты в соответствии с критериями оптимальности. В процессе оптимизации розничного товарооборота ограничениями являются экономические условия (наличие собственных оборотных средств для закупки товара у определенных поставщиков, наличие условий для хранения и продажи данного товара, текущая конъюнктура рынка, возможности обеспечения конкурентных цен на данную товарную позицию).

Для оптимизации структуры розничного товарооборота в системе потребительской кооперации мы считаем целесообразным расширение и обновление внутригруппового ассортимента товаров ключевых товарных групп, совершенствование ассортиментной политики, исключение из продажи нерентабельных товарных групп, сокращение по ним товарных запасов.

Ключевые товары должны присутствовать в ассортиментных матрицах всех торговых объектов, однако глубина внутригруппового ассортимента должна различаться в зависимости от торговой площади магазина. Целям оптимизации розничного товарооборота способствовало бы наличие и использование современных торговых систем и единых общесистемных справочников (товарных карточек, поставщиков, покупателей, единиц измерений и т. д.), наличие количественно-суммового учета товарных запасов и объемов реализации товаров, что пока имеется не во всех магазинах системы Белкоопсоюза.

Мы считаем целесообразным совершенствование кластеризации торговых объектов системы потребительской кооперации в зависимости от торговой площади и места расположения; разработку стратегии продвижения для каждой ключевой товарной группы. Для каждого кластера торговых объектов важна разработка ассортиментных матриц на основе оценки возможностей поддержания конкурентных цен.

По ряду товарных позиций, особенно среди непродовольственных товаров, система потребительской кооперации не в состоянии обеспечить поддержание конкурентных цен, что подтверждается и отсутствием среди ключевых товарных групп непродовольственных товаров, кроме строительных материалов. Эти товарные позиции целесообразно выводить из ассортиментных матриц, особенно по магазинам, расположенным на селе. С такими товарами можно работать по предварительным заявкам покупателей.

Позиции, по которым система потребительской кооперации не в состоянии обеспечить поддержание конкурентных цен, должны периодически пересматриваться. Этим целям могли бы способствовать постоянный анализ спроса и объемов реализации по товарным группам, мониторинг цен конкурентов, уточнение ценового позиционирования торговых объектов системы Белкоопсоюза в каждом районе, определение оптимальной частоты сбора цен и ее детализации, правильный выбор конкурентов для корректировки цен, оптимизация правил реакции на цены конкурентов.

Еще одно важное направление в комплексе мероприятий по оптимизации ассортимента реализуемых товаров основывается на внедрении гибридных подходов к ценообразованию, что предполагает определение для каждого кластера торговых объектов корзины стратегических

товаров (товаров-маркеров) с наибольшей чувствительностью потребителей к цене и расчетом возможной доли таких товаров в товарообороте. Это особенно важно для поддержания необходимого уровня доходности в торговле в условиях усиления государственного регулирования цен и торговых надбавок.

### Список использованной литературы

1. **Внутренняя** торговля и общественное питание Республики Беларусь, 2021 : стат. буклет / под ред. И. В. Медведевой [и др.] // Нац. стат. комитет Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/c64/c64c1e17deab277fee542c42c3120cd5.pdf>. – Дата доступа : 02.04.2022.