

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

В статье приведены результаты исследования развития торговли одного из регионов Республики Беларусь за период 2010–2019 гг., в основе которого заложена идея о целесообразности проведения экономического анализа взаимосвязи покупательной способности населения с возможностями торговли. Предложена стратегия управления товарооборотом и мероприятия по ее реализации.

The article presents the results of a study of the development of trade in one of the regions of the Republic of Belarus for the period 2010–2019, which is based on the idea of the feasibility of conducting an economic analysis of the relationship between the purchasing power of the population and trade opportunities. The strategy of commodity turnover management and measures for its implementation are proposed.

Ключевые слова: торговля; денежные доходы населения; платежеспособный спрос; стратегия; управление товарооборотом; развитие торговли.

Key words: trade; monetary income of the population; effective demand; strategy; commodity turnover management; trade development.

В Республике Беларусь внутренняя торговля развивается динамичными темпами в соответствии с изменением потребительского спроса, ростом требований к качеству товаров и культуре обслуживания. В отрасли формируются торговые сети, происходит развитие специализированных и фирменных магазинов, обновление материально-технической базы, развитие новых форм и методов продажи товаров, внедрение информационных технологий. Развитие внутренней торговли носит выраженную социальную направленность.

Развитие торговли и выполнение ее основной функции – удовлетворение платежеспособного спроса населения зависит от факторов внешней среды деятельности субъектов хозяйствования, что требует взаимосогласованности темпов развития товарооборота с развитием регионального потребительского рынка и изменениями его конъюнктуры. Торговля является важной составляющей национальной экономики, выполняет возложенные на нее социально-экономические задачи по налаживанию связей между производством и потреблением, предложением и спросом, а также реализации основной ее функции – удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах. В условиях постоянно растущей конкуренции в сфере торговой деятельности усиливается борьба за потребителя, а точнее за его денежные доходы, формирующие платежеспособный спрос населения.

Денежные доходы населения Гомельской области как основа платежеспособного спроса населения увеличиваются из года в год. В 2019 г. их сумма составила 9 970,3 млн р., что на 39,9% превышает значение 2016 г. На 41,4% увеличились денежные доходы на душу населения (таблица 1).

Таблица 1 – Денежные доходы населения и розничный товарооборота по Гомельской области за 2010–2019 гг.

Показатели	Годы						Отношение в процентах	
	2010	2015	2016	2017	2018	2019	к 2010 г.	к 2016 г.
Денежные доходы населения, млн р.	1 353,3	7 011,9	7 126,4	7 838,7	8 935,8	9 970,3	736,7	139,9
Денежные доходы в расчете на душу населения, р. в мес.	78,5	410,5	417,7	460,6	527,1	590,8	752,6	141,4
Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата работников, р.	115,2	609,6	633,5	722,9	853,3	974,5	845,9	153,8
Розничный товарооборот, млн р.	767,2	4 168,1	4 426,0	4 781,4	5 371,3	5 774,3	752,6	130,5
Розничный товарооборот на душу населения, р.	533,9	2 928,1	3 113	3 371,4	3 801,9	4 087,1	765,5	131,3
Процент охвата денежных доходов розничным товарооборотом, %	56,7	59,4	62,1	61,0	60,1	57,9	102,2	93,3
Примечание – Составлено автором по данным источника [1].								

Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата работников увеличивается с 115,2 р. с учетом деноминации в 2010 г. до 974,5 р. в 2019 г., прирост составил 8,45 раз. Темп роста этого показателя в 2019 г. по сравнению с 2016 г. составил 153,8%, что превышает значения темпов роста денежных доходов населения за аналогичный период.

Социальное значение розничной торговли проявляется в следующем. С одной стороны, реализация товаров характеризует удовлетворение потребности населения в товарах продовольственных и непродовольственных групп, о чем свидетельствует тенденции таких показателей как среднедушевая реализация, степень охвата покупательных фондов розничным товарооборотом и другие. С другой стороны, товарооборот определяет место торговой организации в регионе, что отражено в показателе доля рынка.

Розничный товарооборот по Гомельской области за период 2010–2019 г. увеличился в 7,52 раза, по сравнению с 2016 г. прирост составил 30,5%. За январь 2020 г. значение этого показателя составило 456,9 млн р., что на 2,7% превышает значение аналогичного период 2019 г. Аналогичную положительную динамику следует отметить и по показателю среднедушевой реализации товаров за исследуемый период. Прирост в 2019 г. по сравнению с 2016 г. составил 31,3%, по сравнению с 2010 г. – 7,65 раз.

Процент охвата денежных доходов населения розничным товарооборотом, характеризующий степень удовлетворения потребителей в товарах и услугах, имеет неоднозначную тенденцию за исследуемый период и составляет в среднем 60%. Абсолютное отклонение значения этого показателя за период 2010–2019 гг. положительное +1,2 пункта.

Таким образом, анализ основных объемных показателей социального благосостояния населения Гомельской области свидетельствует о положительной динамике за 2010–2019 гг. Считаем целесообразным оценить ситуацию, сложившуюся на региональном рынке труда, с позиции обеспечения, в первую очередь, занятости населения и формирования его доходов. Поскольку именно они определяют перспективы развития торговли [2].

С точки зрения модели стратегического управления розничным товарооборотом считается оптимальным обеспечение опережающего темпа роста розничного товарооборота по сравнению с темпом роста денежных доходов населения. Анализ такого соотношения свидетельствует об обратном за период 2016–2019 гг. (таблица 2). До 2017 г. такое соотношение выполнялось.

Таблица 2 – Соотношение темпов роста розничного товарооборота и денежных доходов населения Гомельской области за 2010–2019 гг.

Показатели	2015 г. к 2010 г.	2016 г. 2015 г.	2017 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.	2019 г. к 2018 г.
Денежные доходы населения	518,1	101,6	110,0	114,0	111,6
Розничный товарооборот	543,3	106,2	108,0	112,3	107,5
Коэффициент соотношения темпов роста товарооборота и денежных доходов населения	1,049	1,045	0,982	0,985	0,963
Отклонение по темпам роста товарооборота и денежных доходов населения	25,2	4,6	-2,0	-1,7	-4,1
Примечание – Составлено автором по данным источника [1].					

В последующий период разница в значениях темпов роста составила около 2%. В 2019 г. по сравнению с 2018 г. разрыв в соотношении увеличился и составил 4,1%. Следует отметить, что до 2016 г. наблюдается соблюдение требуемого соотношения.

Разработка стратегии управления товарооборотом предприятия осуществляется, исходя из стратегических целей деятельности предприятия, и имеет целью обеспечение необходимых темпов развития торговой организации, наиболее полное удовлетворение спроса потребителей, расширение их контингента.

Согласно этой основной цели перед управлением товарооборотом стоят следующие важнейшие задачи:

1. Взаимосогласованность темпов развития товарооборота с развитием регионального потребительского рынка и изменениями его конъюнктуры.
2. Планирование объема реализации товаров, который обеспечит получение торговой организацией необходимой суммы прибыли.
3. Обеспечение в процессе планирования товарооборота эффективного использования имеющегося ресурсного потенциала, а при необходимости – определение объемов и возможностей привлечения дополнительных ресурсов (материальных, трудовых, финансовых).

4. Разработка ассортиментной политики организации, планирование ассортиментной структуры товарооборота с учетом спроса потребителей, которые обслуживаются.

Стратегия управления товарооборотом является частью общего стратегического плана развития торговой организации (рисунок).



Примечание – Источник [3].

Разработка плана и формирование ассортиментной структуры товарооборота, базируется на следующей системе стратегических целей (таблица 3).

Таблица 3 – Стратегические цели обеспечения товарооборота

Название стратегического подхода	Место в процессе управления товарооборотом	Условия приоритетности реализации
1. Ориентация на спрос	Определение максимального объема реализации товаров в данном сегменте потребительского рынка	Деятельность организации в сегменте рынка с большим объемом неудовлетворенного спроса и низким уровнем конкурентной борьбы
2. Ориентация на ресурсное обеспечение	Определение объема товарооборота, который может быть достигнут при имеющемся ресурсном потенциале и уровне эффективности его использования	Деятельность организации на перспективном сегменте потребительского рынка или в условиях ухудшения конъюнктуры рынка и снижения объемов реализации
3. Ориентация на прибыль	Определение минимальных объемов товарооборота, исходя с условий самоокупаемости и самофинансирования деятельности организации	Жесткие финансовые ограничения, большой объем условно постоянных текущих затрат и заемного капитала, гарантированность выплат дивидендов, большие инвестиционные и социальные потребности

Примечание – Источник [3].

Таким образом, развитие торговли зависит от общей экономической ситуации в стране: состояния промышленного и сельского хозяйства, уровня денежных доходов населения, реализации программ социально-экономического развития общества и т. д.

На наш взгляд для дальнейшего благоприятного развития торговли необходимо:

1. Провести работу по поиску и мобилизации резервов увеличения объема реализации товаров, за счет разработки или внесения соответствующих изменений в ценовую, ассортиментную и ресурсную политику организации.

2. Обоснование ценовой политики должно быть направлено на определение оптимальных цен реализации товаров, при которых достигается оптимальный объем товарооборота, а как следствие, максимальную прибыль.

3. Разработка ассортиментной политики торговой организации должна быть направлена на обеспечение соответствия между товарно-групповой структурой товарооборота и структуре спроса населения.

4. Формирование ресурсной политики торговой организации должно предусматривать привлечение дополнительных ресурсов, которые обеспечивают достижение необходимого объема деятельности с наименьшими затратами.

5. Если осуществление этих мероприятий не обеспечит рост товарооборота организации до необходимого объема, следует рассмотреть другие возможности по получению прибыли (за счет неторговых видов деятельности).

Список использованной литературы

1. **Официальный** сайт Главного статистического управления Гомельской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.gomel.belstat.gov.by>. – Дата доступа : 05.03.2021.

2. **Гасанова, Т. В.** Рынок труда и развитие торговли в регионе / Т. В. Гасанова // Потребит. кооп. – 2020. – № 3. – С. 25–28.

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