

## РЕТРОСПЕКТИВНЫЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ОПТОВО-РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЙ ЛОГИСТИКИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Статья посвящена анализу развития отрасли оптовой торговли потребительской кооперации. Авторы исследовали историю кооперативной торговли за последнее столетие. В статье акцентируется внимание на современной роли оптового звена в торговой логистической цепи.

The article is devoted to the analysis of the development of the wholesale trade of consumer cooperation. The authors investigated the history of cooperative trade over the last century. The article focuses on the modern role of the wholesale link in the trade logistics chain.

*Ключевые слова:* потребительская кооперация; оптовая торговля; логистическая цепь.

*Key words:* consumer cooperation; wholesale trade; logistics chain.

В организационную структуру потребительской кооперации в первые годы Советской власти, определявшую также построение ее оптовых звеньев, входили Центросоюз, губернские союзы (губсоюзы) потребительской кооперации и их районные отделения. Низовая кооперативная сеть состояла из единых потребительских обществ (ЕПО), снабжавших сельские и городские лавки. Центросоюз имел свои местные отделения, в частности Северо-Западное, которому, в свою очередь, были подчинены губсоюзы БССР. В результате организационная структура потребительской кооперации в то время состояла из шести звеньев: Центросоюз – отделение Центросоюза – губсоюз – отделение губсоюзов – ЕПО – лавка. С учетом того, что каждое звено (за исключением лавки) имело собственный оптовый склад (базу), фактически функционировала сложная издержкоемкая система продвижения товаров, значительно повышавшая розничные цены на товары.

С развитием экономики страны, увеличением объема товарной массы и переходом к открытым формам торговли (окончательно карточная система была отменена 1 января 1936 г.) к товаропроводящим системам стали предъявляться повышенные требования, направленные на снижение уровня расходов и повышение степени удовлетворения потребностей розничной торговли. Существующая схема товародвижения, основанная на централизованном распределении товаров через государственные оптово-сбытовые структуры, начала давать сбои. Товары направлялись в розничную торговлю без подсортировки, зачастую квартальной нормой отгрузки. В итоге росли товарные запасы в розничном звене, сужался ассортимент, повышались расходы, и, как результат, снизился уровень удовлетворения потребностей обслуживаемого населения.

Для выхода из данной ситуации Центросоюз СССР в 1931 г. приступил к созданию хозяйственных оптовых организаций по основным группам товаров. В БССР были созданы крупные специализированные базы Белкоопсоюза для торговли товарами, выпускаемыми предприятиями местной промышленности, а также для тех случаев, когда отсутствовали специализированные базы союзной промышленности. Значительная часть функций оптовой торговли была передана районному кооперативному звену – районным потребительским союзам, которые должны были снабжать входящие в него потребительские общества.

Первоначально такая модель воспринималась как начало развития новых форм торговли, однако в практике хозяйствования была выявлена ее недостаточная эффективность. Райпотребсоюзы, имевшие сравнительно небольшие объемы товарооборота, не могли получать крупные партии товаров производственного ассортимента, что приводило к неравномерному и несбалансированному снабжению розничной торговой сети.

В этих условиях развитие получила государственная оптовая торговля, субъективно ориентированная в основном на снабжение государственных розничных торговых предприятий. В результате углубления специализации государством были созданы две самостоятельные распределительные системы и в сентябре 1935 г. произошло разграничение торговой деятельности между Центросоюзом и Народным комиссариатом торговли СССР. Обе системы на равных правах взаимодействовали с промышленностью и снабжали закрепленные за ними розничные предприятия. Постановление Правительства СССР от 29 сентября 1935 г. «О работе потребительской кооперации в деревне» обязывало кооперацию сосредоточить свою деятельность на организации сельской торговли и заготовках. Данный период стал временем осознания необходимости наличия крупного кооперативного оптового звена и утверждения его в существующей тогда системе хозяйственных связей.

Следующий этап развития потребительской кооперации связан с Великой Отечественной войной и преодолением ее разрушительных последствий. Кооперативной системе был нанесен значительный материальный ущерб, что повлекло за собой резкое сокращение товарооборота и сети предприятий розничной торговли. Ранее налаженные хозяйственные связи были приведены в соответствие с требованиями системы нормированного (карточного) распределения товаров.

Отмена в 1947 г. карточной системы распределения товаров восстановила довоенную схему товародвижения. Такая ситуация наблюдалась до 1953 г., когда государство передало оптовое звено из ведения промышленности Министерству торговли СССР. На практике такая мера означала отмену принципа равноправия торговых систем и создание особого посреднического звена. В этих условиях кооперативные оптовые организации могли закупать товары только в оптовых организациях Министерства торговли СССР, что существенно изменило характер договорных отношений, усложнило схемы поставки товаров и ухудшило товароснабжение населения, особенно в сельской местности.

В 1954 г. IV съезд уполномоченных потребительской кооперации СССР отметил недостатки в работе торговых организаций и выработал меры, направленные на совершенствование процесса товародвижения. Однако серьезные изменения в области оптовой торговли произошли в 1958 г. после V съезда уполномоченных потребительской кооперации СССР. Тогда было принято решение о расширении сети межрайбаз областных потребительских союзов для снабжения непосредственно потребительских обществ прежде всего непродовольственной группой товаров (культтовары, хозтовары, галантерея, обувь и др.). Семилетним планом была поставлена задача по открытию 270 новых межрайонных баз, т. е. увеличение их числа в 1,7 раза. Вслед за этим 22 мая 1959 г. Правительство СССР утвердило Положение о поставках товаров народного потребления, предоставлявшее организациям потребительской кооперации право закупать товар напрямую на промышленных предприятиях, что существенно повышало общую результативность кооперативной торговли.

Помимо того, в 1964 г. было принято постановление Совета Министров СССР «О мероприятиях по расширению прямых договорных связей организаций потребительской кооперации с промышленностью». Согласно этому документу, потребительским союзам и оптовым базам было предоставлено право заключать прямые договоры на поставку товаров с предприятиями промышленности в пределах республик, а в Узбекской ССР, Киргизской ССР, Таджикской ССР и Туркменской ССР – в пределах Среднеазиатского экономического района.

Уже в 1966 г. 32% выделяемых потребительской кооперации фондов одежды, 24% обуви, 10% тканей кооперативные организации закупали на основе непосредственных договорных связей, минуя базы государственной торговли.

В те годы был взят курс на централизацию товароснабжения, увеличение доли транзитного поступления товаров в кооперативное розничное звено, углубление специализации по группам товаров, что в конечном итоге способствовало повышению эффективности процесса товародвижения и уровня удовлетворения потребностей населения. Все это привело к определенному снижению роли и объемов деятельности районного оптового звена. За районными распределительными складами была оставлена функция организации снабжения ведомственных розничных предприятий в основном продовольствием, а также товарами, не требующими подсортировки (кирпич, цемент, мука).

В это время отмечается постоянный рост физического объема оптового товарооборота кооперативной торговли. За период с 1970 по 1984 г. оптовый товарооборот (в том числе складской) межрайонных баз областных потребительских союзов вырос в 2,1–2,5 раза, тогда как районных организаций – на 30–33%.

Параллельно в этот период отмечался более высокий прирост оптового товарооборота по сравнению с розничным. К примеру, если в 1971–1975 гг. прирост розничного товарооборота составлял 6%, оптового – 5%, то уже в 1981–1983 гг. эти показатели были на уровне 2,7 и 4,7% соответственно.

Опережающие темпы роста оптового товарооборота межрайонных баз по сравнению с районным оптовым звеном были обусловлены проводимой Белкоопсоюзом политикой концентрации складского хозяйства, созданием широкой сети крупных оптовых предприятий, призванных обеспечить однозвенную систему товародвижения на основе развития прямых договорных отношений с предприятиями промышленности.

Для усиления данной тенденции было принято постановление Правления Белкоопсоюза от 27 июня 1984 г. «О схеме развития и размещения предприятий оптовой торговли», закрепившее основные направления развития оптовой торговли системы потребительской кооперации Белоруссии на период до 2000 г. На основе прогноза развития розничного товарооборота была определена потребность в строительстве и мощность опта с соответствующими складскими площадями. В 1984–2000 гг. планировалось увеличить площадь складов областных и республиканских оптовых баз с 240 до 532,1 тыс. м<sup>2</sup>, т. е. более чем в два раза.

В целом 80-е гг. XX в. для оптовой торговли системы Белкоопсоюза можно охарактеризовать как период интенсивного развития. Потребительская кооперация создала развитый оптовый потенциал, способный эффективно решать задачи рациональной организации товароснабжения розничной торговли в условиях плановой экономики.

Это продолжалось до начала экономических преобразований 90-х гг. XX в. После распада СССР и разрушения, ранее существовавшего хозяйственного механизма, в который была встроена потребительская кооперация, произошло резкое падение платежеспособного спроса населения и, соответственно, физического объема товарооборота кооперативной торговли. Ранее установленные хозяйственные связи разрушились, розничные торговые организации начали переходить на прямые договорные отношения с промышленностью.

На фоне значительного сокращения удельного веса оптово-складского товарооборота в обороте розничной сети (например, в 1994 г. этот показатель составлял 66,2%, в 1995 г. – 29,3, в 1996 г. – 12,2%), инфляционных процессов в экономике (размер базовой ставки рефинансирования в 1994–1995 гг. достигал 300%), ограничения торговых надбавок (несоответствие их размеров изменениям уровня расходов на реализацию) деятельность оптового звена Белкоопсоюза (как и всей кооперативной торговли) в этот период характеризовалась сокращением объемов и убыточностью (в 1995 г. уровень убытков от реализации товаров в оптовой торговле составлял 4,1%).

Результатом воздействия вышеназванных процессов стало закрытие и укрупнение отдельных межрайонных оптовых баз, сдача в аренду или отчуждение имеющихся складских площадей, сокращение глубины и широты ассортимента реализуемых ими товаров. Такие тенденции характерны для всего экономического периода 90-х гг. XX в., в связи с чем его можно назвать временем спада.

Периодом относительной стабилизации деятельности кооперативного оптового звена можно назвать начало XXI в., характеризующееся приростом объемных показателей. Так, например, в период с 2004 по 2009 г. оптовый товарооборот организаций потребительской кооперации в сопоставимых ценах ежегодно увеличивался на 16–50% (за исключением 2009 г., когда снижение составило 3,4% на фоне сокращения розничного товарооборота кооперативной торговли), а в целом за указанный период данный показатель увеличился более чем в 2,5 раза (таблица 1).

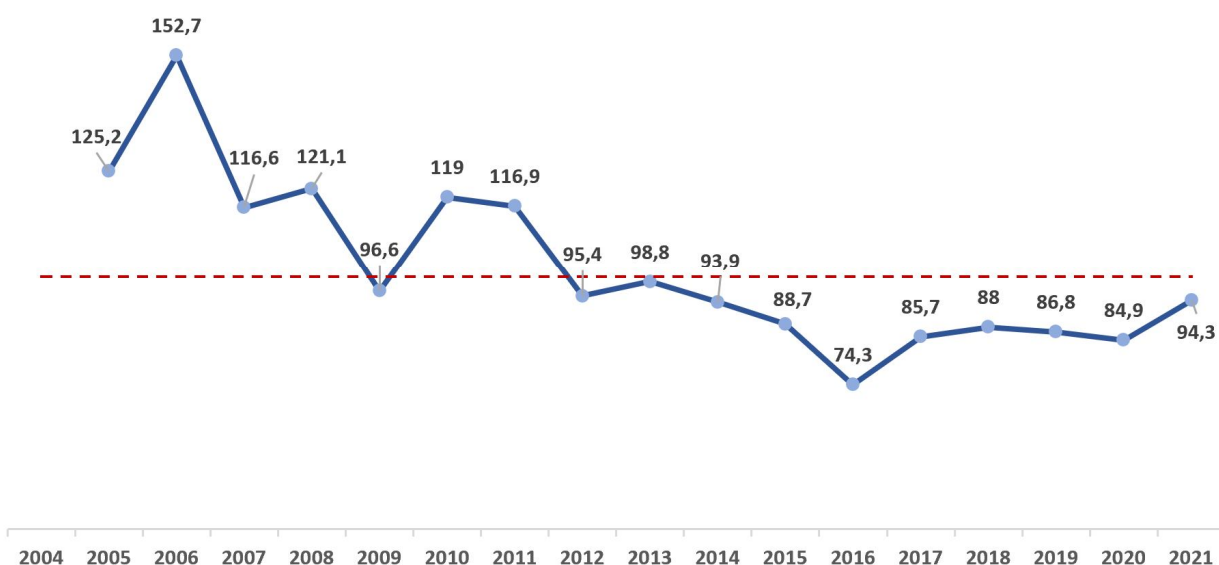
Таблица 1 – Динамика оптового товарооборота потребительской кооперации в Республике Беларусь за 2004–2021 гг.

| Показатели  | 2004    | 2005    | 2006    | 2007    | 2008      | 2009      | 2010      | 2011      | 2012      |
|---|---------|---------|---------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Оптовый товарооборот, млн р.  | 28 4621 | 391 425 | 629 513 | 796 099 | 1 120 991 | 1 218 500 | 1 558 586 | 2 881 516 | 4 498 000 |
| Темп роста оптового товарооборота в % к предыдущему году в сопоставимых ценах | –       | 125,2   | 152,7   | 116,6   | 121,1     | 96,6      | 119,0     | 116,9     | 95,4      |

Окончание таблицы 1

| Показатели  | 2013      | 2014      | 2015      | 2016    | 2017    | 2018    | 2019    | 2020    | 2021    |
|---|-----------|-----------|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Оптовый товарооборот, млн р.  | 4 753 443 | 5 185 083 | 5 137 026 | 284 650 | 351 284 | 320 612 | 293 708 | 261 598 | 271 569 |
| Темп роста оптового товарооборота в % к предыдущему году в сопоставимых ценах | 98,8      | 93,9      | 88,7      | 74,3    | 85,7    | 88,0    | 86,8    | 84,9    | 94,3    |

**Темпы роста (снижения) оптового товарооборота оптовых организаций  
потребительской кооперации за 2004–2021 гг.**



Основная отрасль потребительской кооперации – торговая представлена на начало 2022 г. 5 373 магазинами (в 2012 г. – более 10 000), расположенными преимущественно в сельской местности (70%). Это по-прежнему самая крупная торговая сеть в Беларуси (по количеству торговых объектов), ориентированная на продажу в основном товаров отечественного производства, выступающая крупным покупателем продукции белорусских предприятий. Чтобы снабдить магазины потребительской кооперации товаром, используется транспортный парк, численность которого составляет около 2 000 ед. (в 2012 г. – 6 800 грузовых автомобилей).

В системе Белкоопсоюза в 2022 г. функционирует 8 оптовых предприятий, из них 2 унитарных республиканских, занимающихся оптовой деятельностью и обеспечивающих в основном потребности розничной торговли системы (около 80% оптового товарооборота). Совокупная складская площадь кооперативных республиканских и межрайонных оптовых баз – это более 91 тыс. м<sup>2</sup>, а численность занятых по состоянию на 1 января 2022 г. составляет около 2 000 чел. (в 2012 г. – более 5 000 чел.)

Торговля потребительской кооперации играет существенную роль в процессе доведения продукции от производителей до конечных потребителей в масштабах всей республики. Располагая широкой сетью розничных торговых предприятий, Белкоопсоюз имеет долю розничного рынка менее 4% (удельный вес в розничном товарообороте в 2012 г. составлял около 10%, в 1991 г. – 33,5%).

В качестве ряда основных целей развития торговой отрасли потребительской кооперации определено внедрение сетевых принципов организации торговли и совершенствование товародвижения.

Параллельно с ростом объемов деятельности происходит постоянное увеличение доли поставок от организаций оптовой торговли в розничном товарообороте райпо. За шестнадцать лет с 1995 по 2011 г. данный показатель вырос более чем в 2 раза (с 9,9% в 1995 г. до 22,5% в 2011 г.). Однако после этого доля опта стабильно стала снижаться и составила к концу 2021 г. 8% в розничном обороте потребкооперации.

Данные таблицы 2 свидетельствует о снижении роли кооперативной оптовой торговли.

**Таблица 2 – Удельный вес поставки с оптовых баз в розничном товарообороте райпо (филиалов ОПО) за период 1995–2011 гг., %**

| 1995 | 2000 | 2005 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 9,9  | 5,1  | 18,1 | 21,6 | 22,5 | 18,1 | 15,3 | 12,7 | 13,1 | 22,5 | 15,4 | 16,1 | 14,3 | 8,2  | 8,0  |

Относительно стабилизировалась численность организаций оптовой торговли, что является одной из предпосылок укрепления хозяйственных связей как в рамках потребительской кооперации, так и с внешними контрагентами. Однако несмотря на эти положительные моменты современный уровень развития кооперативной оптовой торговли существенно ниже уровня 80-х гг. XX в., о чем свидетельствуют более низкие объемы физического товарооборота, сужение ассортимента, а также сокращение материально-технической базы областной и республиканской оптовой торговли (таблица 3).

Таблица 3 – Динамика численности и складских площадей оптовых баз потребительской кооперации Республики Беларусь за 1997–2021 гг.

| ОПС (ОПО)         | Количество оптовых баз, ед. |                  |                  |                          |                   | Площадь складов, тыс. м <sup>2</sup> |                  |                  |                          |                   |
|-------------------|-----------------------------|------------------|------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------------------|------------------|------------------|--------------------------|-------------------|
|                   | 1 октября 1997 г.           | 1 января 2012 г. | 1 января 2022 г. | Темп роста (снижения), % |                   | 1 октября 1997 г.                    | 1 января 2012 г. | 1 января 2022 г. | Темп роста (снижения), % |                   |
|                   |                             |                  |                  | 2011 г. к 1997 г.        | 2021 г. к 2011 г. |                                      |                  |                  | 2011 г. к 1997 г.        | 2021 г. к 2011 г. |
|                   |                             |                  |                  | Брестский                | 5                 |                                      |                  |                  | 2                        | 2                 |
| Витебский         | 3                           | 3                | –                | 100,0                    | –                 | 31,1                                 | 30,2             | –                | 78,2                     | –                 |
| Гомельский        | 5                           | 2                | 1                | 60,0                     | 50,0              | 50,1                                 | 42,6             | 1,90             | 91,0                     | 4,5               |
| Гродненский       | 4                           | 1                | –                | 25,0                     | –                 | 38,3                                 | 9,5              | –                | 34,3                     | –                 |
| Минский           | 3                           | 2                | 1                | 66,7                     | 50,0              | 26,4                                 | 8,8              | 4,0              | 37,5                     | 45,5              |
| Могилевский       | 5                           | 2                | 2                | 60,0                     | 100,0             | 35,6                                 | 24,6             | 16,24            | 45,4                     | 66,0              |
| Базы Белкоопсоюза | 2                           | 3                | 2                | 100,0                    | 66,7              | 2,9                                  | 25,9             | 20,18            | 130,0                    | 77,9              |
| Всего             | 27                          | 15               | 8                | 55,5                     | 54,0              | 240,0                                | 191,7            | 91,14            | 64,6                     | 47,5              |

Данные тенденции в некоторой степени обусловлены общим сокращением роли потребительской кооперации на потребительском рынке страны, выражающемся в уменьшении ее доли в розничном товарообороте.

В 2011 г. система оптовой торговли потребительской кооперации Республики Беларусь представлена следующими межрайонными и республиканскими предприятиями (таблица 4).

Таблица 4 – Наличие оптовых баз системы потребительской кооперации на территории Республики Беларусь на 1 января 2022 г.

| Базы и предприятия                 | Складская площадь, м <sup>2</sup> |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| ТУП «Брестская МРБ»                | 30 598,0                          |
| ТУП «Пинская МРБ»                  | 18 222,0                          |
| ТУП «Припятский альянс»            | 1 904,0                           |
| ЧУП «Могилевский Облкоопкниготорг» | 600,0                             |
| ЧУП «Могилевская МРБ»              | 15 640,6                          |
| УП «Облкоопторг»                   | 3 998,5                           |
| ТУП «Белкоопвнешторг Белкоопсоюза» | 17 890,0                          |
| УП «ИнтерПродТрейд»                | 2 262,0                           |
| Всего                              | 91 115,1                          |

С учетом того, что в настоящее время перед потребительской кооперацией остро стоит вопрос выбора направления дальнейшего развития, необходимо, опираясь на знание истории, выработать соответствующую стратегию развития системы.

Выбор стратегии развития опта актуален и для государственной торговли. Создание крупных оптово-логистических структур позволит сформировать оптимальную конкурентоспособную среду в данной сфере деятельности, расширить возможности оптовых организаций при осуществлении комплекса закупочно-сбытовых операций, повысить эффективность использования материальных, финансовых и иных ресурсов для ведения совместной деятельности.

С учетом стоящих перед потребительской кооперацией Беларуси задач в области расширения объемов деятельности и повышения уровня торгового обслуживания населения становится очевидной необходимость выбора такого пути развития, который бы обеспечил наиболее эффективное выполнение этих задач. В рамках его реализации требуется разработать стратегию, включающую целевые установки на средне- и долгосрочную перспективу.