

УДК 339.37

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А. О. ШКАБАРИНА

Учреждение образования «Гомельский государственный
технический университет имени П. О. Сухого»,
Республика Беларусь

Целью статьи определено исследование тенденций развития розничной торговли Республики Беларусь за 2010–2021 годы, основных закономерностей и особенностей текущего периода, обусловленных социально-политическими факторами, влиянием пандемии на все сферы жизни, в том числе и на экономику. На основании данных Национального статистического комитета Республики Беларусь проанализированы основные показатели розничной торговли в течение 2010–2021 гг. Замечено, что происходящие в розничной торговле изменения затрагивают как трансформацию самих торговых объектов, так и каналов сбыта товаров. Определено, что происходит процесс глобализации во внутренней торговле страны и дальнейшее распространение приобретает тенденция перехода розничных организаций в Интернет-пространство. Выявленные закономерности, обусловленные долгосрочными тенденциями, создают основу для разработки стратегии развития отрасли торговли и организаций розничной торговли, а особенности современного этапа позволяют скорректировать тактику торгово-технологической деятельности.

Ключевые слова: розничная торговля, состояние, закономерности развития, долгосрочные тенденции, тактика.

STATUS AND DEVELOPMENT TRENDS OF RETAIL TRADE IN THE REPUBLIC OF BELARUS

A. O. SHKABARINA

Educational Institution "Sukhoi State Technical University
of Gomel", the Republic of Belarus

The purpose of the article is to study the development trends of retail trade of the Republic of Belarus for 2010–2021, the main patterns and features of the current period due to socio-political factors, the impact of the pandemic on all spheres of life, including the economy. Based on the data of the National Statistical Committee of the Republic of Belarus, the main retail trade indicators during 2010–2021 were analyzed. It has been observed that the changes taking place in retail trade affect both the transformation of the retail facilities themselves and the distribution channels for goods. It is determined that the process of globalization is taking place in the country's domestic trade, and the trend of retail organizations moving to the Internet space is becoming further widespread. The identified patterns due to long-term trends create the basis for the development of a strategy for the development of the trade industry and retail organizations, and the features of the modern stage make it possible to adjust the tactics of trade and technological activities.

Keywords: retail trade, status, development patterns, long-term trends, tactics.

Введение

В условиях усиления конкуренции на внутреннем рынке, серьезных внешних воздействий, обусловленных пандемией и масштабными экономическими санкциями, повышается роль торговли как одного из важнейших драйверов развития национальной экономики. Торговля за последнее десятилетие в целом демонстрирует поступательный рост объемов деятельности, изменение форматов, трансформацию торгово-технологических процессов, а розничная торговля, в частности, выступает одним из наиболее прибыльных секторов отечественного бизнеса. Жесткая конку-

рентция на товарном рынке Республики Беларусь обуславливает необходимость постоянного повышения качества торгового обслуживания, изменения форм и методов торговли, их адаптации к изменяющимся условиям.

Динамичное развитие розничной торговли, высокая конкуренция обусловили существенные изменения направлений деятельности организаций этой отрасли. Современные вызовы выдвигают перед розничной торговлей необходимость принятия взвешенных управленческих решений. Большое значение в развитии методологии оценки и выявления факторов, влияющих на совершенствование экономических систем, в частности сферы розничного ретейла, внесли такие ученые, как Л. А. Назарова, О. В. Мартынова, А. В. Золатарев, Я. М. Быстрицкая, З. А. Капелюк, Л. В. Сушкова, К. Наварро, П. Мартинес, Т. Рипсэм и др. Исследованием современного состояния и тенденций развития торгового рынка Республики Беларусь занимаются отечественные ученые, а именно Р. П. Валевиц [4], [5], [16], А. В. Владыко, В. Ф. Бык [2], О. В. Пигунова [8], [9], И. В. Помаз [10] и др. В своих работах И. В. Помаз рассматривает основные тенденции развития внутренней торговли и состояние розничной торговли Республики Беларусь, выявляя их специфику с точки зрения маркетинга и делая акцент на организацию розничной торговли в потребительской кооперации. А. З. Коробкин в своих работах оценивает современное состояние розничной торговли Республики Беларусь, выявляет основные тренды в ее развитии, предлагает систему показателей оценки эффективности коммерческой деятельности организации с основным видом деятельности – розничной и оптовой торговли объектов [6], [7]. В. Ф. Бык изучает состояние и динамику развития электронной торговли, базируя свои исследования на логистических подходах. В свою очередь О. В. Пигунова анализирует инновации в торговле, выделяет основные тенденции развития розничной торговой сети потребительской кооперации, описывает направления повышения результативности фирменной торговли отечественных товаропроизводителей. Р. П. Валевиц вносит значительный вклад в анализ базовых концепций инновационного развития сферы торгового обращения; выделение конкурентных стратегий, позволяющих наиболее полно удовлетворять спрос и на этой основе повысить эффективность функционирования торгового бизнеса; изыскание путей повышения производительности труда торговых работников; обновление торговых стратегий с учетом мирового и отечественного опыта. Особое внимание Р. П. Валевиц уделяет электронной коммерции. Принимая во внимание результаты этих исследований, в данной статье учитывалось постоянное изменение ситуации на рынке розничной торговли под воздействием разных внутренних и внешних факторов. При таких условиях особую актуальность приобретает необходимость проведения новых исследований, выявление рисков и путей их минимизации, учитывая важность и влияние состояния торгового рынка на развитие белорусской экономики в целом.

Основная часть

Современный рынок розничной торговли представлен значительным количеством субъектов хозяйствования, находящихся в условиях постоянной конкуренции, требующей от владельцев принципиально новых действий и разработки мер, способствующих привлечению потенциальных покупателей. В то же время разнообразие рынка розничной торговли повышает запросы покупателей как к привлекательности и качеству товаров, так и к дополнительным услугам. Кроме того, нужно отметить, что торговля оказывает значительное влияние на развитие и сбалансированность внутреннего рынка, выступает своеобразным агентом товарно-денежных отношений, возникающих между собственниками товара, и обеспечивает рабочими местами около 620 тыс. человек, что составляет 9,7 % от всех занятых в национальной эконо-

мике, из них 23,1 % работает в оптовой торговле и 67,2 % – в розничной [3, с. 11]. Поскольку внутренняя торговля обеспечивает эффективную связь между производителем и потребителем, удовлетворяет потребности населения, способствует продвижению товаров и услуг на рынке, ее развитие является необходимым условием роста экономики регионов. Проблемы, возникающие в торговле, требуют эффективного решения, поскольку оказывают влияние на экономическую, финансовую и социальную сферы.

С учетом проведенного анализа были выявлены основные факторы, оказывающие наибольшее влияние на изменение розничного товарооборота: инфляция; покупательная способность, потребительские возможности и предпочтения населения; состояние и проблемы товаробеспечения; развитие материально-технической базы розничной торговли; институциональные преобразования в белорусской торговле; рост концентрации торговых предприятий и конкуренции между ними; конкуренция между новыми сервисами и маркетплейсами.

Рассмотрим состояние розничной торговли Республики Беларусь в целом и выделим факторы, влияющие на ее развитие. Для оценки современного состояния развития розничной торговли были проанализированы основные показатели деятельности организаций торговли Республики Беларусь за 2011–2021 гг.

За период 2011–2021 гг. наблюдается постепенное уменьшение доли товарооборота частных и государственных организаций. За 10 лет доля розничного товарооборота частных организаций торговли снизилась на 9,5 процентного пункта, а государственных – на 5,9 процентного пункта. Такое перераспределение в структуре связано с ростом розничного товарооборота иностранных организаций. Так, за анализируемый период данный показатель вырос на 15,4 процентного пункта. При этом следует отметить, что розничный товароборот частных организаций с долей государственной собственности увеличился в 15 раз (с 2001,7 млрд руб. до 3202,4 млн руб. за анализируемый период). Перераспределение розничного товарооборота произошло в пользу республиканских организаций торговли. Вызывает большое сомнение сохранение этой тенденции в перспективе с учетом широкомасштабных внешних экономических санкций.

Рассматривая структуру розничного товарооборота по типам субъектов хозяйствования, можно выявить следующие тенденции:

1) поступательное увеличение доли розничного товарооборота крупных организаций (за исследуемый период прирост составил более 13 процентных пунктов);

2) значительное уменьшение доли товарооборота индивидуальных предпринимателей (за период 2010–2020 гг. снижение произошло более чем на 30 процентных пунктов);

3) относительно стабильная доля товарооборота микро-, малых и средних организаций (за анализируемый период происходили незначительные колебания – менее 2 процентных пунктов).

В то же время целесообразно отметить, что постепенный рост количества крупных организаций связан с систематическим развитием торговли на белорусском рынке, с большими возможностями крупного бизнеса выстоять в конкурентной борьбе, а стабильное положение микро-, малых и средних организаций объясняется также высоким уровнем конкуренции и конкурентным давлением, наличием кризисных явлений в отечественной экономике, не позволяющих расширять масштабы деятельности. С учетом глобальных трансформаций мирохозяйственных связей требуются серьезные институциональные изменения в национальной экономике, которые создавали бы в перспективе благоприятные условия для развития индивидуального предпринимательства, малого и среднего бизнеса.

Одним из основных индикаторов развития торговли является показатель товарооборота. Розничный товарооборот в Республике Беларусь через все каналы реализации вырос в январе–апреле 2022 г. на 2,8 % в сопоставимых ценах по сравнению с январем–апрелем 2021 г. и составил 20,9 млрд бел. руб. Оценивая территориальные особенности развития розничного товарооборота организаций розничной торговли по областям и в целом по Республике Беларусь, следует отметить тенденцию доминирующего положения Минска по основным экономическим показателям, в разрезе областей лидер – Минская область.

Необходимо подчеркнуть, что индекс физического объема розничного товарооборота по Минской области в 2021 г. по отношению к 2020 г. самый высокий, по областным центрам преобладающее положение занимает Гродно, в то же время Минск по этому показателю отстает от других областных центров. Вероятнее всего, такая ситуация связана с перераспределением зоны влияния в целом в сфере торгового обслуживания, с регистрацией Е-доставки и некоторых других интернет-магазинов республиканского масштаба в Минском районе, а также другими региональными особенностями.

Высокая концентрация в Минске всех видов торговых организаций стимулирует предпринимателей завоевывать новые рынки сбыта, способствуя развитию торговых объектов в регионах.

За период 2011–2021 гг. наблюдается поступательное увеличение товарооборота организаций розничной торговли. В 2021 г. товарооборот составил 60 млрд руб., или в сопоставимых ценах 101,6 % к уровню 2020 г., прогнозный показатель, установленный на 2021 г. (102 %), не выполнен. Однодневный розничный товарооборот в расчете на душу населения с начала 2022 г. составил 18,7 руб. против 16 руб. за аналогичный период предыдущего года. Вместе с тем, несмотря на растущий курс валют, повышение цен и экономический кризис, потребительский спрос на товары, предлагаемые субъектами розничной торговли, не уменьшился.

Если принимать во внимание общеэкономические факторы, то часто рост доходов населения приводит к увеличению потребления непродовольственных товаров. Соотношение продовольственных и непродовольственных товаров в Республике Беларусь за 2011–2021 гг. колебалось в пределах 51–52 % – непродовольственных и 48–49 % – продовольственных товаров. В 2010, 2015–2017 гг. товарооборот продовольственных товаров был выше, чем непродовольственных, что свидетельствует о снижении уровня жизни населения и изменении ценностных ориентаций потребителей за этот период времени. В розничном товарообороте удельный вес пищевых продуктов, напитков и табачных изделий (продовольственные товары) в 2021 г. составил 48,4 %, непродовольственных товаров – 51,6 % (в 2020 г. – соответственно 48,9 и 51,1 %). В 2021 г. населению продано продовольственных товаров на 29 млрд руб. (в сопоставимых ценах 102,2 % к уровню 2020 г.), непродовольственных товаров – на 31 млрд руб. (101 %).

Структура оборота розничной торговли по товарным группам за 2020 г. представлена на рис. 1 в сравнении с различными странами.

Примечательно, что практически во всех анализируемых странах (кроме Армении и Кыргызстана) наблюдается превышение непродовольственных товаров над продовольственными. Среди продовольственных товаров наибольший товарооборот в Республике Беларусь представлен в таких товарных группах, как «Мясо и мясные продукты», «Алкогольные напитки», «Молочные продукты». В то же время среди непродовольственных товаров наибольший товарооборот обнаружен в таких товарных группах, как «Моторное топливо и сопутствующие средства», «Строительные материалы» и «Фармацевтические товары», «Парфюмерно-косметическая продукция и туалетные принадлежности» [3, с. 18–20], [12, с. 36–40]. Если рассматривать сосе-

дей Республики Беларусь, то в Российской Федерации в товарной структуре оборота розничной торговли в 2020 г. продовольственных товаров наибольший удельный вес занимают «Алкогольные напитки», «Молочные продукты», «Продукты из мяса и птицы», непродовольственных товаров – «Автомобили легковые», «Бензины автомобильные», «Мужская, женская и детская одежда» [13]. В Украине в 2020 г. в разрезе товарных групп продовольственных товаров преобладают «Мясо», «Молочные продукты», «Алкогольные напитки», «Хлебобулочные и мучные кондитерские изделия», «Фрукты и овощи, свежие»; непродовольственных – «Фармацевтические товары», «Бензин моторный», «Мотоциклы, детали и принадлежности».



Рис. 1. Структура оборота розничной торговли по товарам в 2020 г. (в процентах к итогу):

■ – непродовольственные товары; ■ – продовольственные товары

Примечание. Разработано автором [14].

В настоящее время в розничной торговле происходят трансформационные процессы, касающиеся не только изменения самих торговых объектов, но и каналов сбыта продукции (рис. 2).



Рис. 2. Динамика розничных торговых объектов за 2010–2020 гг., единиц:

■ – передвижные средства развозной и разносной торговли;

■ – автозаправочные станции; ■ – интернет-магазины;

■ – неизолированные торговые объекты; — розничные торговые

объекты (магазины, палатки, киоски); — торговые места и торговые

объекты на рынках, в торговых центрах, на которых фактически

осуществлялась торговля индивидуальными предпринимателями и физическими лицами

Примечание. Разработано автором на основании данных Национального статистического комитета Республики Беларусь [1], [3], [11], [13].

Процесс глобализации во внутренней торговле страны характеризуется ростом количества крупных торговых объектов, таких как супермаркеты, гипермаркеты и торговые центры, вместе с тем происходит сокращение количества небольших магазинов, которые не могут конкурировать с крупным бизнесом. Исследования показывают, что большая часть торговых объектов, функционирующих на территории Республики Беларусь, требуют реконцепции. За 2010–2020 гг. сократилось число торговых мест и торговых объектов на рынках, в торговых центрах, на которых фактически осуществлялась торговля индивидуальными предпринимателями и физическими лицами, с 87 679 до 61 201 единиц (более чем на 30 %).

Приоритетной локацией небольших торговых объектов остается сельская местность. При этом, если рассматривать соотношение доли продовольственных и непродовольственных магазинов в сельской местности, то наблюдается рост доли продовольственных и сокращение доли непродовольственных товаров. Так, за 2010–2020 гг. доля торговых объектов, реализующих продовольственные товары, увеличилась более чем на 38 процентных пунктов, в то же время произошло уменьшение доли непродовольственных магазинов за анализируемый период примерно на 4 процентных пункта. Тенденции изменения числа розничных торговых объектов в сельской местности характеризуются: 1) сокращением числа магазинов на 672 единицы за анализируемый период при росте торговой площади магазинов на 10 000 человек сельского населения (рост составил 14 %); 2) увеличением числа передвижных средств перевозной и разносной торговли на 620 единиц (97 %); 3) ростом числа автозаправочных станций на 144 единицы (63 %). Данные обстоятельства объясняются более низким уровнем платежеспособного спроса по сравнению со спросом жителей крупных городов и районных центров, уменьшением численности сельского населения, отсутствием необходимости в приобретении определенных товаров с учетом специфики проживания.

В настоящее время активно развивается направление перехода субъектов розничной торговли в Интернет-пространство, учитывая новые формы Интернет-торговли и возможности минимизации предприятиями собственных затрат, что оказывает непосредственное влияние и на их потенциал. Число Интернет-магазинов за 2016–2020 гг. увеличилось в 2,5 раза, большая часть из которых находится в Минске и Минской области. При этом наблюдается рост удельного веса розничного товарооборота Интернет-магазинов в розничном товарообороте организаций торговли (в 2020 г. данный показатель составил 5,4 %). В товарной структуре розничного товарооборота Интернет-магазинов в 2020 г. преобладают непродовольственные товары – 88,5 % (из них наибольший удельный вес принадлежит таким товарным группам, как «Одежда», «Электробытовые приборы и инструменты», «Детали и принадлежности для автотранспортных средств»), продовольственные товары составляют 11,5 % (из них наибольший удельный вес принадлежит товарным группам «Молочные продукты», «Рыба, ракообразные и моллюски», «Мясо и мясные продукты»). Причины популярности этих категорий товаров обусловлены более низкими ценами в Интернет-магазинах, широким ассортиментом, экономией времени.

Субъекты хозяйствования большое внимание уделяют поиску платформенных компаний, которые обеспечили бы им реализацию товаров и их рекламу. Считаем, что эта тенденция будет наблюдаться и в последующие годы. Для адаптации коммерческой деятельности к стремительным трансформационным процессам, происходящим на рынке в связи с пандемией и другими факторами, необходимо внедрение инноваций, применение обновленных инструментов взаимодействия, консолидации, интеграции и автоматизации, что позволит повысить эффективность ведения розничной торговли как в настоящее время, так и в будущем. Государство, в свою очередь, должно стимулировать развитие розничной торговли путем государственной поддержки, улучшения

инвестиционного климата в отрасли, способствовать развитию потребительского спроса населения. Перед государством стоит задача определения четкой стратегии развития розничной торговли в соответствии с современными требованиями.

На основании проведенного исследования научной литературы, статистических данных и анализа современного рынка розничной торговли выделим основные тенденции развития розничного товарооборота: 1) переход к новым форматам торговли, расширение перечня оказываемых услуг торговыми организациями; 2) развитие новых инструментов взаимодействия с клиентами; 3) внедрение актуальных технологий; 4) изменение числа торговых организаций и переход их в онлайн; 5) изменение уровня дохода населения; 6) смещение вектора развития торговых организаций из Минска в другие областные центры.

Заключение

Исследование тенденций изменения розничной торговли Республики Беларусь показало, что эта сфера развивается устойчивыми темпами в направлении увеличения доли продаж в крупных торговых сетях преимущественно иностранной формы собственности с относительно стабильной товарной структурой товарооборота (продовольственные и непродовольственные товары).

Оценка сложившихся тенденций с учетом глобальных изменений системы мирохозяйственных связей, влияния экономических санкций позволяет определить первоочередные меры, направленные на институциональное преобразование сферы индивидуального предпринимательства, развитие малого и среднего бизнеса. Требуются государственные мероприятия по обеспечению равномерного развития торговли в регионах и сельской местности, усилению внимания к форматам дистанционной торговли. По мнению автора, применение новых современных инструментов логистики и маркетинга также позволит повысить конкурентоспособность розничной торговли Республики Беларусь.

Литература

1. Беларусь в цифрах, 2021 : стат. справ. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; редкол.: И. В. Медведева (пред.) [и др.]. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2021. – 72 с.
2. Бык, В. Ф. Использование логистики в электронной торговле / В. Ф. Бык // Коммерция, логистика и маркетинг в инновационной экономике: научная дискуссия : сб. науч. ст. междунар. науч.-практ. интернет-конф., 25 окт. 2018 г. : науч. электр. текстовое изд. / Белорус. торгово-экон. ун-т потребит. кооперации ; под науч. ред. О. В. Пигуновой ; редкол.: С. Н. Лебедева [и др.]. – Гомель, 2018. – С. 110–114.
3. Внутренняя торговля и общественное питание Республики Беларусь, 2021 : стат. буклет / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; редкол.: И. В. Медведева (пред.) [и др.]. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2021. – 60 с.
4. Валевич, Р. П. Возможности развития торгового бизнеса / Р. П. Валевич, С. О. Белова // Вестн. Белорус. гос. экон. ун-та. – 2019. – № 4 (135). – С. 54–61.
5. Валевич, Р. П. Дистанционная торговля — современный тренд развития потребительского рынка / Р. П. Валевич, Е. Г. Матюшонок // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы XIV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 20 мая 2021 г. / М-во образования Респ. Беларусь, Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: В. Ю. Шутилин (отв. ред.) [и др.]. – Минск : БГЭУ, 2021. – С. 216–217.
6. Коробкин, А. З. Розничная сетевая торговля Республики Беларусь: состояние и перспективы / А. З. Коробкин, А. Я. Якимик // Институційний розвиток соціально-

- економічних систем: національна економіка у глобальному середовищі : збірник наукових праць за матеріалами X Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 15–17 травня 2018 року) / Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», Білоруський торгово-економічний університет споживчої кооперації, Самаркандський інститут економіки і сервісу. – Полтава, 2018. – С. 145–148.
7. Коробкин, А. З. Современные подходы к оценке результативности коммерческой деятельности торговой организации / А. З. Коробкин, Е. В. Кузнецова // Экономика и право в условиях развития современного общества : сб. науч. ст. : в 2 ч. / Белорус. торгово-экон. ун-т потребит. кооперации, Рос. гос. соц. ун-т. – Гомель ; Москва, 2016. – Ч. II. – С. 175–190.
 8. Пигунова, О. В. Выделение факторов развития торговой отрасли потребительской кооперации Республики Беларусь / О. В. Пигунова // Потребит. кооперация. – 2018. – № 2. – С. 12–18.
 9. Пигунова, О. В. Направления повышения результативности работы фирменных объектов торговли товаропроизводителей Беларуси / О. В. Пигунова, А. А. Бочанова // Молодежь в науке и предпринимательстве : сб. науч. ст. VIII Междунар. форума молодых ученых, посвящ. 55-летию ун-та, Гомель – Ранчо, 15–17 мая 2019 г. / Белкоопсоюз, Белорус. торгово-экон. ун-т потребит. кооп. ; под науч. ред. Н. В. Кузнецова ; редкол.: С. Н. Лебедева [и др.]. – Гомель, 2019. – С. 339–342.
 10. Современное состояние и тенденции развития маркетинговой деятельности торговых организаций на рынке Республики Беларусь / И. В. Помаз [и др.] // Эффективность сферы товарного обращения и труда : сб. науч. ст. VI Писаренк. чтений, Гомель, 20–21 окт. 2020 г. / Белорус. торгово-экон. ун-т потребит. кооп. – Гомель, 2020. – С. 108–111.
 11. Розничная и оптовая торговля в Республике Беларусь, 2012 : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; редкол.: И. С. Кангро (пред.) [и др.]. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2012. – 156 с.
 12. Розничная и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь, 2015 : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; редкол.: И. В. Медведева (пред.) [и др.]. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2015. – 229 с.
 13. Товарная структура оборота розничной торговли по Российской Федерации // Федер. служба гос. статистики. – 2022. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/23457>. – Дата доступа: 01.01.2022.
 14. Торговля в России // Федер. служба гос. статистики. – 2022. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13233>. – Дата доступа: 01.01.2022.
 15. Экономика торговли : учеб. пособие / Н. С. Шелег [и др.] ; под общ. ред. Н. С. Шелега, Р. П. Валевиц. – Минск : Выш. шк., 2012. – 559 с.

Получено 26.01.2022 г.