

сбалансированность внешней торговли, необходимо проводить факторный анализ внешнеторгового оборота, определять долю экспорта и импорта в общем объеме деятельности и степень выполнения обязательств.

#### **Литература и электронные публикации в Интернете**

1. Официальный сайт Министерства Белкоопсоюза [Электронный ресурс]. — Минск. — 2010. — Режим доступа: [www.bks.by](http://www.bks.by). — Дата доступа: 20.12. 2012.
2. Блэкуэлл, Д. Поведение потребителей / Д. Блэкуэлл, П. Миниорд, Дж. Энджелс. — СПб.: Питер, 2002.
3. Королёнок, Г.А. Менеджмент в торговле / Г.А.Королёнок. — Минск: БГЭУ, 2012.
4. Акулич, И.Л. Международный маркетинг: учеб. пособие / И.Л. Акулич. — Минск: Выш. шк., 2006.
5. Черник, И.Ю. Товарная политика предприятия: учеб. пособие / И.Ю. Черник. — Минск: БГЭУ, 2004.
6. Шелег, Н.С. Международная торговля / Н.С. Шелег, Ю.И. Енин. — Минск: БГЭУ, 2009.

*Статья поступила  
в редакцию 22.02. 2013 г.*

**А. В. СЕМЕНЧУК**

### ***ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ***

Торговля является важнейшей составляющей экономики государства, состояние и эффективность функционирования которой непосредственно влияют как на уровень жизни населения, так и на развитие производства потребительских товаров.

Экономическое значение торговли как сектора национальной экономики заключается в том, что она играет важную роль в формировании валового внутреннего продукта (ВВП) и доходной части бюджетов всех уровней. Развитие сферы торговли на региональном уровне позволяет значительно увеличить объем валового регионального продукта, налоговых поступлений в региональный бюджет, обеспечить высокий уровень занятости населения и, как результат, — повысить уровень жизни населения и эффективность экономики региона.

Торговля играет существенную роль в развитии научно-технического прогресса, так как в сферу торговли внедряются современные технологии и технические разработки. Использование технических устройств характерно для процессов управления товарными запасами, развития безналичных расчетов за приобретаемые товары, развития интернет-торговли.

В последнее десятилетие в торговле Республики Беларусь произошли существенные институциональные преобразования, намного повысилась насыщенность потребительского рынка товарами, изменилась структура источников его наполнения, произошло значительное сокращение масштабов деятельности оптового звена, все большее влияние на потребительский рынок оказывают крупные розничные сети.

---

*Антонина Владимировна СЕМЕНЧУК, аспирантка кафедры коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках Белорусского государственного экономического университета.*

Итак, значение торговли и ее роль в жизни общества достаточно велики. Организации торговли оказывают заметное влияние на развитие отдельных регионов и Республики Беларусь в целом.

Теоретические и методологические аспекты функционирования торговли рассмотрены в отечественных и зарубежных исследованиях Г.А. Королёнка, В.Н. Шимова, В.Н. Платонова, Н.И. Кабушкина, С.Н. Виноградовой, Л.С. Климчени, Л.И. Абалкина, А.Н. Крамарева, А.В. Зырянова. Несмотря на глубину, большую научную и практическую значимость проведенных исследований, они не в полной мере отражают современное состояние и тенденции развития розничной торговли, что определило выбор темы исследования.

В настоящее время состояние торговли Республики Беларусь характеризуется высокой экономической устойчивостью. Удельный вес вида экономической деятельности «Торговля, ремонт автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования» в ВВП Республики Беларусь в 2010 г. составил 12,5 %. На сектор торговли в 2011 г. приходилось 4,4 % инвестиций в основной капитал [1, 19].

Торговля занимает лидирующее положение среди всех отраслей экономики по количеству функционирующих предприятий. Наибольший удельный вес (34,2 %) общего числа предприятий и организаций, функционирующих в экономике Республики Беларусь принадлежит предприятиям торговли. На долю предприятий промышленности и строительных организаций, занимающих второе и третье место, в 2011 г. приходилось 12,7 и 7,8 % общего числа функционирующих предприятий и организаций соответственно.

В таблице отражена динамика основных показателей розничной торговли Республики Беларусь за 2005—2011 гг.

#### Основные показатели розничной торговли Республики Беларусь, 2005—2011 гг.

Показатель	Год						
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Розничный товарооборот торговли через все каналы реализации, млрд р. (в фактически действовавших ценах)	23 951	29 488	36 272	48 202	52 033	64 865	112 899
Структура розничного товарооборота торговли через все каналы реализации, % к итогу:	100	100	100	100	100	100	100
пищевые продукты, напитки и табачные изделия	54,6	52,4	1,4	50,2	52,1	50,8	46,6
непродовольственные товары	45,4	47,6	48,6	49,8	47,9	49,2	53,4
Удельный вес розничного товарооборота торговли интернет-магазинов в розничном товарообороте торговли	...	...	...	...	0,2	0,8	1,0
Число объектов розничной торговой сети	34 237	35 428	36 061	41 016	43 355	45 657	47 149
Торговая площадь магазинов, тыс. м <sup>2</sup>	2 856	2 964	3 070	3 307	3 496	3 705	3 941

*Примечание:* по данным [1, 14—15].

Основным индикатором, характеризующим состояние и особенности изменений, происходящих в торговле, является товарооборот. С 2005 г. в Республике Беларусь наблюдается ярко выраженная тенденция роста объема продаж, которая свидетельствует о реальном росте благосостояния населения страны. Объем розничного товарооборота торговли через все каналы реализации в 2011 г. в фактически действовавших ценах составил 112 899 млрд р. Прирост розничного товарооборота в сопоставимых ценах в 2011 г. оказался ниже, чем в предшествующие годы, и составил 9 % [2,

458]. Это обусловлено сокращением реальных располагаемых денежных доходов населения в 2011 г. на 1,1 % [3, 172]. Следует отметить, что большая часть розничного товарооборота Республики Беларусь формируется в г. Минске (28,8 %).

В течение 2005—2011 гг. структура розничного товарооборота торговли в Республике Беларусь изменилась в пользу увеличения доли непродовольственных товаров, что можно оценивать как положительный сдвиг в структуре потребления. Доля непродовольственных товаров в обороте розничной торговли, являющаяся одним из показателей качества жизни населения, в 2011 г. впервые превысила отметку в 50 % и составила 53,4 %.

В структуре розничного товарооборота торговли сохраняется наметившаяся в 2005 г. тенденция снижения удельного веса продажи товаров на продовольственных, вещевых, смешанных рынках. Доля рынков в обороте розничной торговли сократилась с 38,8 % в 2005 г. до 22,9 в 2011 г., торговые организации формировали соответственно 61,2 и 77,1 % всего объема розничного товарооборота [1, 32].

По состоянию на 01.01. 2012 г. число интернет-магазинов в Республике Беларусь составило 1 253 единицы. В 2011 г. удельный вес розничного товарооборота торговли интернет-магазинов в розничном товарообороте увеличился до 1 %. До 2009 г. удельный вес торговли интернет-магазинов был незначительным и не отражался в статистических данных Республики Беларусь.

Число объектов розничной торговой сети в 2011 г. выросло на 3,3 % и составило 47 149. Увеличение числа этих объектов наблюдалось во всех областях Республики Беларусь, за исключением Минской области. Наиболее существенный прирост числа объектов розничной торговой сети (11,5 %) отмечен в Брестской области. Число организаций розничной торговли сократилось в Минской области на 2,5 %. В 2011 г. на долю организаций торговли приходилось 34,2 % общего числа юридических лиц, зарегистрированных в Республике Беларусь [3, 330].

В 2011 г. в государственной собственности находилось 11,0 % объектов розничной торговой сети (5 201 ед.); в частной собственности — 87,7 %, или 41 337 объектов, из нее объекты потребительской кооперации — 21,5 %, или 10 126 ед.; в иностранной собственности — 1,3 % объектов розничной торговой сети (1,3 %). В 2005—2011 гг. отмечено уменьшение числа объектов розничной сети, находящихся в государственной собственности и объектов потребительской кооперации [3, 475].

Торговля лидирует среди других отраслей экономики по численности занятых в отрасли работников. Численность занятых в сфере торговли, ремонта автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования в 2011 г. достигла 628,8 тыс. человек, что составляет 13,5 % всего числа занятых в экономике. Больше, чем в торговле, занято лишь в сфере промышленности — 1 188,2 тыс. человек (25,5 %) [3, 148].

Наибольший удельный вес в общем числе организаций торговли занимают микроорганизации (27,4 %), что во многом объясняется спецификой торговой деятельности. Однако следует отметить снижение в 2011 г. удельного веса числа микроорганизаций на 1,5 %; числа организаций потребительской кооперации на 1,7 %; малых организаций на 0,5 %; числа средних организаций на 0,1 % [1, 21].

Увеличение общего числа организаций в отрасли связано с ростом числа крупных организаций и индивидуальных предпринимателей. В 2011 г. по сравнению с 2010 г. удельный вес индивидуальных предпринимателей увеличился на 1,9 и составил 15,2 %. Удельный вес числа крупных организаций увеличился на 1,9 и составил 19,1 % в общем числе организаций розничной торговой сети. На долю крупных организаций в 2011 г. приходилось 37,9 % розничного товарооборота торговли через все каналы реализации [1, 33].

Глобализация мирового рынка товаров и услуг, сопровождаемая слияниями и поглощениями в различных секторах экономики, обусловила развитие новых форм организации торгового бизнеса. В последние годы в крупных городах Республики Беларусь активизировался процесс внедрения в торговую инфраструктуру сетевого формата. На потребительском рынке уже успешно функционируют такие торговые сети, как: «Евроопт», «Рублевский», «Родная сторона», «Соседи», «Виталюр», «Алми», «БелМаркет-Компани».

Основными технологиями развития и укрепления сетей становятся внедрение в оптовую торговлю, установление прямых контактов с производителями товаров и усиление влияния на них, диверсификация форматов торговли, покупка собственных торговых марок. Использование собственных торговых марок дает розничным сетям существенные преимущества за счет снижения издержек и цен на товары, оптимизации и стабилизации системы поставок товаров.

Однако следует отметить, что развитие розничных торговых сетей носит неоднозначный характер. С одной стороны, формирование сетей с мощными финансовыми, материальными и техническими ресурсами позволяет внедрить современные системы работы с поставщиками и покупателями, повысить степень централизации функций логистики и дистрибуции, упорядочить работу с поставщиками, существенно повысить качество обслуживания, расширить ассортимент реализуемых товаров. С другой стороны, их укрепление приводит к монополизации потребительского рынка, к навязыванию условий как производителям, так и потребителям, к сокращению числа независимых оптовых продавцов, одновременному закрытию большого количества самостоятельных магазинов, которое сопровождается увольнением торговых работников, нарушением хозяйственных связей, ухудшением финансового состояния, нередко снижением отчислений в местные бюджеты.

В связи с этим Министерством торговли Республики Беларусь подготовлен законопроект «О государственном регулировании торговли и общественного питания Республики Беларусь». В соответствии с ним, в целях развития конкуренции, ограничения влияния конкретной торговой сети на местный рынок предусмотрено установление порогового значения, ограничивающего возможность создания новых торговых площадей для сетевой организации, доля которой достигнет в товарообороте местного рынка порогового значения. Пороговое значение будет устанавливаться в зависимости от местных условий, степени развития торговой инфраструктуры и иных параметров.

Антимонопольное регулирование деятельности торговых сетей является общепринятой международной практикой. К примеру, в США установлено ограничение предельных размеров торговых площадей для продажи продуктов питания. В торговых центрах с общей торговой площадью более 15 000 м<sup>2</sup> под продажу продуктов питания не разрешается отводить более 7,5 % общей торговой площади, т. е. не более 1 125 м<sup>2</sup> [4, 72].

Анализ состояния розничной торговли Республики Беларусь и изучение зарубежного опыта позволили сделать вывод о необходимости государственного регулирования сферы торговли. Стратегической целью государственного регулирования торговли должно стать создание необходимых условий, при которых можно своевременно контролировать насыщение потребительского рынка и его стратегическую безопасность.

Роль государства в регулировании розничной торговли сводится к следующему:

- осуществление законодательной функции: выработка стратегии развития розничной торговли, программы ее реализации, создание законодательных актов;

- установление требований для всех участников рынка розничной торговли;
- контроль за безопасностью рынка: регистрация и контроль за входом на рынок, надзор за состоянием розничных торговых организаций;
- создание системы информации о состоянии торговли и обеспечение ее открытости;
- обеспечение соблюдения и защиты прав потребителей.

Совокупное содержание государственного регулирования розничной торговли должно опираться на соблюдение всеми деятелями рынка предусмотренных законодательством разрешительных и контрольно-запретительных норм. Система государственного регулирования розничной торговли должна обеспечивать выполнение аналитических, информационных, координирующих функций, а также функций по поддержке предпринимательства, защите прав потребителей, формированию и реализации научно-технического потенциала и кадрового обеспечения.

Анализ современного состояния розничной торговли Республики Беларусь позволяет сформулировать следующие выводы.

Розничная торговля является массовым и динамично развивающимся сектором экономики, оказывающим значительное влияние на уровень и качество жизни населения и экономику страны в целом.

В настоящее время розничная торговля Республики Беларусь претерпевает кардинальные изменения, влекущие за собой как количественные, так и качественные трансформации. Эти изменения связаны прежде всего с сокращением неорганизованной торговли, масштабным развитием торговых сетей, обострением конкуренции между розничными торговыми организациями.

Формирование системы торговых организаций различных видов, типов и форматов является закономерным процессом и нацелено на создание полноценной социально ориентированной рыночной среды.

Обобщая сказанное, можно выделить основные тенденции развития розничной торговли Республики Беларусь:

- совершенствование нормативно-правовой базы, разработка и введение новых нормативов и стандартов, регламентирующих деятельность в сфере розничной торговли;
- развитие и оптимизация структуры розничных торговых сетей; развитие сети гипермаркетов, супермаркетов, магазинов пешеходной доступности;
- реконструкция и модернизация организаций розничной торговли в соответствии с градостроительными требованиями;
- приоритетное развитие социально ориентированной сети торгового обслуживания для малообеспеченных граждан;
- обеспечение территориальной доступности товаров для всех социальных групп населения, размещение новых объектов розничной торговли в соответствии со схемами территориального планирования.

### Литература

1. Розничная и оптовая торговля в Республике Беларусь: стат. сб. — Минск: Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2012.
2. Регионы Республики Беларусь. Социально-экономические показатели: стат. сб. — Минск: Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2012.
3. Статистический ежегодник: стат. сб. — Минск: Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2012.
4. Семенчук, А.В. Тенденции развития торговой инфраструктуры в Республике Беларусь / А.В. Семенчук // Весн. ГрДУ імя Янкі Купалы. Сер.5. Эканоміка. Сацыялогія. Біялогія. — 2012. — № 2 (131).

*Статья поступила  
в редакцию 28.05. 2013 г.*

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.  
□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.