

А. З. Коробкин¹, А. Я. Якимик²

*Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации, Гомель, Беларусь,
¹ kafedra126@mail.ru, ² anuta_fire@mail.ru*

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ВНУТРЕННЕЙ ТОРГОВЛИ БЕЛАРУСИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ РАЗВИТИЯ В КОНТЕКСТЕ «ЗЕЛЕННОГО РИТЕЙЛА»

Согласно Индексу устойчивого развития стран в рейтинге среди 162 государств Беларусь занимает 23 место. В стратегии развития республики рассматривается переход к качественному сбалансированному росту экономики путем ее структурно-институциональной трансформации с учетом реализации принципов «зеленой экономики». Развитие «зеленой экономики» оказывает влияние на формирование нового направления развития и нового формата в розничной торговле – «зеленого ритейла». В статье отражены основные тенденции развития внутренней торговли Республики Беларусь, а также основные тренды развития «зеленого ритейла».

Ключевые слова: ритейл, внутренняя торговля, сетевая торговля, «зеленый ритейл»

A. Korobkin¹, A. Yakimik²

*Belarusian Trade and Economic University of consumer cooperation, Gomel, Belarus,
¹ kafedra126@mail.ru, ² anuta_fire@mail.ru*

THE CURRENT STATE OF INTERNAL TRADE IN BELARUS AND PROSPECTS OF ITS DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF «GREEN RETAIL»

According to the index of sustainable development of countries in the ranking of 162 countries Belarus ranks 23rd. The development strategy of the Republic considers the transition to a qualitative balanced growth of the economy through its structural and institutional transformation, taking into account the implementation of the principles of «the green economy». The development of «the green economy» has an impact on the formation of a new direction of development and a new format in retail trade – «green retail». The article reflects the main trends in the development of domestic trade of the Republic of Belarus, as well as the main trends in the development of «green retail».

Keywords: retail, internal trade, network trade, «green retail»

Теоретические и практические аспекты организации и развития розничной торговли являются предметом исследования ведущих отечественных и зарубежных ученых. Существенный вклад в разработку данной проблемы внесли Р. П. Валевиц, Г. Г. Гоцкий, Л. С. Климченя, Г. А. Короленок, С. Н. Лебедева, М. В. Петрович и др. Многие вопросы становления, развития и организации сетевой розничной торговли отражены в исследованиях зарубежных и отечественных ученых Т. Кент, О. Омар, О. Зыкова, О. Турковский, Р. Варли, М. Рафик, Л. Хасис, К. Ковалев, С. Уваров, П. Щеглов, В. Радаев, Г. Иванов, В. Чеглов, Т. Никулина, Л. Брагин, И. Есютин, С. П. Гурская, О. В. Пигунова, С. Н. Виноградова, В. Л. Кузьменко и др. Вопросы устойчивого развития и развития «зеленой экономики» отражены в трудах О. С. Шимовой. Несмотря на большое количество публикаций по данной проблематике, современное состояние розничной торговли, сетевой розничной торговли объективно отражает актуальность проведения концептуально-методологических и эмпирических исследований по выявлению тенденций, закономерностей и направлений ее развития.

Цель исследования – оценка состояния и тенденций развития внутренней торговли Республики Беларусь и выявление основных тенденций развития перспективного направления – «зеленого ритейла» в розничной торговле Республики Беларусь, в рамках развития «зеленой экономики».

Важнейшей составляющей экономики государства является – торговля. В настоящее время, торговая отрасль Республики Беларусь стабильно занимает второе место среди отраслей экономики по вкладу в валовый внутренний продукт страны после обрабатывающей промышленности. В 2021 г. в розничной и оптовой торговле было занято более 620 тыс. чел., что составляет 14,5 % от занятого населения Беларуси. На 01.01.2021 г. количество торговых организаций, включая розничную и оптовую торговлю, составило 38,8 тыс. ед., что составляет 27,8 % от количества всех организаций национальной экономики. Кроме этого, в торговле занято 91,5 тыс. индивидуальных предпринимателей, что составляет 33,7 % от их общего количества. В розничной торговле на 01.01.2021 г. занято более 420 тыс. чел., что составляет 9,7 % занятого населения. В последние годы прослеживается тенденция увеличения доли занятых в торговле.

Процессы экономического спада, начавшиеся в 1991 г., не смогли не отразиться на торговле. Бурно развивающаяся инфляция 1990-х гг. привела к значительному падению покупательной способности населения и, соответственно, снижению объемов продаж, что не могло не отразиться на финансовом состоянии торговых организаций.

В 1990 г. объем розничного товарооборота Республики Беларусь составлял 18,7 млрд р., в 2000 г. – 39 360 000 млрд р. в сложившихся ценах без учета трех деноминаций.

Однако его реальный объем в сопоставимых ценах в 2000 г. составил 17,9 млрд р., что составляет 95 % от уровня 1990 г., т. е. к началу XXI в. объемы товарного потребления в национальной экономике Беларуси не достигли 1990 г.

В настоящее время объемы внутренней торговли Республики Беларусь значительно превышают критические 1990-е гг. в связи с ростом реальных денежных доходов населения и увеличения его покупательной способности, соответственно, а также со значительным увеличением количества субъектов торговли в национальной экономике. В 2021 г. объем продаж населению в ценах 1990 г. составил 116 млрд р., что выше более чем в 6,2 раза уровня 1990 г. (см. таблицу).

Розничный товарооборот Республики Беларусь за 1990–2021 гг.

Показатели	Годы			Индексы товарооборота	
	1990	2000	2021	2000 г. к 1990 г.	2021 г. к 1990 г.
1. Розничный товарооборот:					
– в текущих ценах, млрд р. (без учета деноминаций 1994, 2000 и 2016 гг.)	18,7	3 936 000	6 000 000 000	2 104 813	320 855 615
– в ценах 1990 г., млрд р.	18,7	17,9	116	0,95	6,2
2. Индекс потребительских цен к 1990 г. (коэффициент)	–	2 188 443	51 701 940	–	–

Источник: разработано авторами на основе данных Национального статистического комитета Республики Беларусь.

Розничный товарооборот (РТО) Республики Беларусь в последние годы растет как в текущих, так и в сопоставимых ценах. Наиболее низкий темп его роста в сопоставимых ценах приходится на 2009 г. (103 %), что связано с последствиями мирового экономического кризиса.

В 2021 г. РТО через все каналы реализации составил 60 млрд р. (53,5 млрд р. в 2020 г.). Темп его роста в текущих ценах составил 112,1 %, а в сопоставимых 101,6 % к уровню 2020 г. Реальный темп роста РТО организаций торговли составил 102,5 %, а индивидуальных предпринимателей и физических лиц 91,3 %. Более 92 % розничного приходится на торговые организации. Таким образом, прослеживается тенденция опережения роста объемов продаж организациями по сравнению с продажами индивидуальных предпринимателей и физических лиц [1].

Значительную долю в общем объеме товарооборота занимает товарооборот торговых организаций – 92,7 % и, соответственно, 7,3 % товарооборот индивидуальных предпринимателей и физических лиц. Наблюдается устойчивая тенденция роста доли товарооборота торговых организаций в общем объеме продаж.

В разрезе форм собственности структура розничного товарооборота в 2021 г. выглядит следующим образом: 8,8 % (рост на 0,1 п.) – товарооборот организаций государственной формы собственности; 68,4 % (снижение на 1,4 п.) – частной; 22,8 % (рост на 1,3 п.) – иностранной [1]. В последнее десятилетие идет тенденция снижения доли государственной собственности и роста доли организаций частной и иностранной собственности в товарообороте.

Структура товарооборота в зависимости от объема торговых организаций и типа субъекта торговли выглядит следующим образом. Доля товарооборота крупных торговых организаций составляет 70,4 % (рост на 1,4 п.), средних – 7,8 % (снижение на 0,1 п.), малых и микро – 21,8 % (снижение на 1 п.), индивидуальных предпринимателей – 10,9 % (снижение на 1,1 п.). В последние годы идет тенденция роста доли товарооборота крупных организаций торговли (торговых сетей).

Доля продажи товаров отечественного производства в розничном товарообороте организаций составила 59,2 % (снижение на 0,6 п.), в т. ч. 76,6 % – продовольственные товары и 40,6 % – непродовольственные товары. По ряду товаров (мясо, сливочное масло, сыр, яйца, мука) спрос покупателей практически полностью удовлетворяется за счет продукции белорусских товаропроизводителей.

С 2009 г. идет устойчивая тенденция роста продаж через интернет-магазины. На 01.01.2021 г. их количество составило 3 002 ед., а удельный вес в товарообороте организаций – 4,1 % (3,7 % во всем товарообороте).

Следующей тенденцией в развитии торговли последних лет является снижение доли продовольственных товаров в общем объеме продаж и, соответственно, рост доли непродовольственных товаров. Если в 2000 г. доля продовольственных товаров составляла 60 %, то в 2021 г. – 48,4 %, непродовольственных соответственно – 51,6 %. Темп роста физического объема продаж продовольственных товаров в 2021 г. составил 102,2 %, непродовольственных – 101 %. Можно сделать вывод об определенном росте покупательской способности населения в последние годы [1].

Уровень товарных запасов в целом по розничной торговле на 01.01.2022 г. составил 50 дней (продтовары 20 дней, непродтовары – 82 дня), что выше уровня начала прошлого года на 1 день.

В связи с переходом все большей части населения на использование при расчетах банковских пластиковых карт, наметилась тенденция устойчивого роста продаж путем безналичных расчетов. Если в 2006 г. доля продаж по безналичным расчетам составляла 1,1 %, то в 2021 г. – 45,5 % в товарообороте торговых организаций (41,2 % во всем товарообороте). В торговле потребительской кооперации этот показатель в 2021 г. составил 29,4 %.

Розничная торговля Республики Беларусь в настоящее время объединяет более 148 тыс. торговых объектов (с учетом торговых объектов в торговых центрах и на рынках), из которых более 60,4 тыс. магазинов с торговой площадью 6 369 тыс. м². Количество рынков составляет 376 ед., торговых центров – 572. В последнее десятилетие увеличивается обеспеченность насе-

ления торговыми площадями. Если в 2005 г. торговая площадь на 1 000 жителей составляла 294 м² в целом по стране, то на начало 2022 г. – 682,1 м² (482 м² в сельской местности), что говорит о росте социальной эффективности торговли. Розничная торговля потребительской кооперации в настоящее время объединяет 6,7 тыс. торговых объектов с торговой площадью 678,6 тыс. м², из которых 671 автомагазин [1].

Основная цель стратегического развития торговли Республики Беларусь – стабильное обеспечение спроса различных категорий населения в высококачественных товарах широкого ассортимента, преимущественно отечественного производства, при высоком уровне обслуживания [2].

В соответствии с Национальной стратегией устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г., повышение качества жизни осуществимо за счет обеспечения высоких жизненных стандартов населения и условий для гармоничного развития личности на основе перехода к высокоэффективной экономике, основанной на знаниях и инновациях, при сохранении благоприятной окружающей среды для будущих поколений. Рассматривается переход к качественному сбалансированному росту экономики путем ее структурно-институциональной трансформации с учетом реализации принципов «зеленой экономики», переход к стабильной устойчивости развития и достижение высокого качества человеческого потенциала, ускоренного совершенствования высокотехнологичных производств [2].

Развитие «зеленой экономики» оказывает влияние на формирование нового направления развития и нового формата в розничной торговле: «зеленого ритейла». «Зеленый ритейлер», использует в своей концепции ассортимент эко-товаров, осуществляет «зеленые закупки», проводит эко-просвещение сотрудников и покупателей, внедряет систему экологического менеджмента, энерго- и водосбережения, рационально использует упаковку, утилизирует отходы. В настоящее время использование комплексной концепции «зеленого ритейла» в розничной торговле Республики Беларусь не наблюдается. Однако, использование отдельных его элементов есть в некоторых торговых объектах сетевых операторов, таких как «Евроопт», «Корона», Green, «Гиппо» и в ряде других.

На современном этапе необходима глубокая и всесторонняя модернизация торговли, которая должна войти в группу инновационных видов деятельности и внести весомый вклад в динамику и эффективность национальной экономики. Проблема влияния розничной торговли на состояние окружающей среды стоит достаточно остро во всем мире. Ритейл — это активно развивающаяся отрасль, которая не только создает массу рабочих мест, но и наносит существенный ущерб экологии. Это и высокое энергопотребление, и большое количество отходов, и автомобильные выхлопы и др. С претензиями со стороны природоохранных организаций регулярно сталкиваются крупные мировые продавцы – как офлайн торговли, так и онлайн торговли.

Успешный торговый бизнес не может оставаться в стороне от общего направления движения мирового рынка в сторону экологизации. На сегодняшний день происходит формирование так называемых ответственных покупателей, не безразличных к проблемам защиты окружающей среды. На фоне заинтересованности состоянием окружающей среды, меняющегося климата и моды на здоровый образ жизни фактор экологичности товара становится важным при принятии решения о покупке, а экологическая ответственность бизнеса – важной при выборе поставщика услуг и даже работодателя. Ответственное потребление – сравнительно новый тренд Беларуси.

Розничная торговля в Республике Беларусь пока делает только первые шаги во внедрении основных принципов экологизации магазинов или в переходе к так называемому «зеленому ритейлу». Основными трендами экологизации ритейла являются такие как переработка тары и упаковки; сбор использованных батареек; сбор и переработка текстиля; отказ от пластиковых пакетов; отказ от пластика и одноразовой посуды; внедрение бумажной посуды; утилизация отходов, энергосбережение.

Невозможно сразу изменить полностью концепцию магазина и в один момент начать работать только с эко ассортиментом, отказаться от пластика, полностью самостоятельно утилизировать или перерабатывать отходы, использовать солнечную энергию вместо электроэнергии и т. д. Это требует значительных инвестиций и инноваций, с одной стороны, понимания политики «зеленой экономики» в обществе, развитие экомаркетинга, формирование спроса на «зеленый ассортимент» товаров с другой стороны, и вся эта деятельность должна быть законодательно подкреплена с третьей стороны.

В сложившейся ситуации актуальным является разработка методического инструментария, обеспечивающего переход к «зеленому ритейлу» в отечественных торговых сетях от традиционного.

Таким образом, исследование, проведенное в статье, выявило основные тренды в развитии внутренней торговли Беларуси. Основными из них являются:

- 1) рост доли частной собственности в количестве торговых организаций как розничной, так и оптовой торговли; в количестве торговых объектов и объемах продаж;
- 2) снижение объемов продаж в розничной торговле как в целом, так и в среднем на одного человека;
- 3) рост удельного веса продаж продовольственных товаров в общем объеме продаж;
- 4) опережение роста продаж организациями по сравнению с рынками и торговыми центрами;
- 5) увеличение доли крупных торговых организаций (торговых сетей) в объемах продаж;
- 6) активизация и, соответственно, увеличение доли электронной торговли и торговли с использованием пластиковых карт;
- 7) усиление приверженности потребителей к крупным форматам торговли – супермаркетам и гипермаркетам;
- 8) активизация продаж через новые каналы торговли (мобильные предложения, социальные сети, реклама в лифтах и др.);
- 9) рост доли занятости в торговле;
- 10) применение экологических инициатив в деятельности розничных торговых организаций.

Кроме этого, исследование показало необходимость придерживаться и внедрять в белорусский ритейл принципы «зеленой экономики».

Список использованных источников

1. Внутренняя торговля и общественное питание Республики Беларусь: статистический буклет // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2021. – 60 с.
2. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года // Экон. бюллетень Науч.-исследоват. экон. ин-та М-ва экономики Респ. Беларусь. – 2015. – № 4 (214). – С. 6–99.
3. Якимик, А. Я. Эволюция сетевой торговли: мировой и отечественный опыт / А. Я. Якимик // Весн. Бел. дзярж. экан. ун-та : навук.-практ. часопіс. – 2019. – № 3. – С. 70–77.