

## СОДЕРЖАНИЕ

<u>ВВЕДЕНИЕ</u>	3
<u>1 РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ КАК ВАЖНЫЙ ЭЛЕМЕНТ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ И ПОКАЗАТЕЛИ ЕЕ ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ</u>	5
<u>2 СУЩНОСТЬ, ЗНАЧЕНИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ</u>	9
<u>3 КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ</u>	21
<u>3.1 Оценка структуры динамики розничного товарооборота Республики Беларусь</u>	21
<u>3.2 Анализ розничного товарооборота и влияющих на него факторов</u>	27
<u>4 ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И РЕЗЕРВЫ УВЕЛИЧЕНИЯ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ</u>	31
<u>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</u>	39
<u>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ</u>	42

## ВВЕДЕНИЕ

Сегодня экономическое положение коммерческих организаций можно охарактеризовать как положение, когда организациям необходимо вести борьбу за выживание. Наилучшим способом выживания выступает формирование собственной стратегии по укреплению ее места на рынке, повышение эффективности хозяйственной деятельности и получения выручки от реализации.

Для успешного функционирования в условиях рыночной экономики предприятиям необходимо получать прибыль. Однако нельзя утверждать, что прибыль – это основной параметр, характеризующий эффективность функционирования субъекта хозяйствования. Существует не менее важная и значимая категория, наличие или отсутствие которой определяет дальнейшую деятельность любого предприятия. Такой категорией для торговых организаций является розничный товароборот.

Розничный товароборот является одним из показателей характеристики деятельности торговой организации. Вопросы, связанные с формированием, планированием и управлением розничным товароборотом являются одинаково актуальными для всех торговых организаций, целью которых является получение прибыли вне зависимости от их организационно-правовых форм. Розничный товароборот является главным финансовым результатом деятельности организации и основным источником финансирования текущих расходов.

Конкурентоспособность торговых организаций на рынке характеризуется, в первую очередь размером розничного товароборота, который они получают от покупателей и заказчиков. Рост товароборота говорит о наличии спроса на реализуемую продукцию, и, соответственно о конкурентоспособности данного предприятия по отношению к таким же предприятиям данной сферы деятельности.

Таким образом, тема данной работы является не только актуальной, но и имеет практическую значимость.

В качестве объекта исследования данной работы выступает розничный товароборот Республики Беларусь.

Предметом исследования являются тенденции развития розничного товароборота в Республике Беларусь.

Целью работы является разработка мероприятий по увеличению розничного товароборота торговых организаций Республики Беларусь.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач:

- изучение розничной торговли как важного элемента национальной экономики и показателей ее характеризующих;
- исследование сущности, значения и методических подходов к анализу розничного товароборота организаций торговли;
- проведение комплексного анализа розничного товароборота

Республики Беларусь;

– выявление основных направлений и резервов увеличения розничного товарооборота торговых организаций Республики Беларусь в условиях инновационной экономики.

При написании курсовой работы были использованы методы анализа и синтеза, а также монографический, графический, табличный.

Теоретической и методологической основой исследования данной работы являются научные труды отечественных и зарубежных ученых по проблемам анализа и повышения эффективности управления товарооборотом, материалы периодических изданий, отчетные данные организации. Период исследования – 2015-2019 гг.

Практическая значимость работы заключается в то, что основные выводы и предложения могут быть использованы на предприятиях отрасли.

# 1 РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ КАК ВАЖНЫЙ ЭЛЕМЕНТ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ И ПОКАЗАТЕЛИ ЕЕ ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ

Становление и развитие торговой отрасли нашей страны является неотъемлемой частью истории Беларуси.

Советская власть, которая стала основой белорусской государственности в XX веке, хотела построить общество, где потребности человека и определялись, и удовлетворялись бы самим государством. Одним из главных призывов Октября 1917 года был лозунг – «Долой власть капитала!». Однако и в этой новой политической и экономической системе пришлось использовать хозяйственный опыт предыдущих столетий [12, с. 192].

После Великой Отечественной войны, когда народное хозяйство оказалось разрушенным, пригодился опыт распределения товаров, полученный в 1930-е годы. Много внимания уделялось борьбе со злоупотреблениями, которые наблюдались при снабжении населения самыми необходимыми товарами. Став в 1946 г. Министерством торговли, ведомство продолжило решать важнейшие государственные задачи. Восстанавливалась и расширялась торговая сеть республики. В 1951 г. в Минске (вслед за Москвой, Ленинградом и Сочи) был заново отстроен первый в БССР современный универсальный магазин – ГУМ, открытый ещё до войны. Посетители универсама впервые увидели на его прилавках изобилие товаров, в том числе импортных из Чехословакии, Польши, ГДР и Франции. ГУМ воспринимался как сказочный дворец. Его открытие стало настоящим народным праздником. Позже универсальные магазины начали строиться по всей республике и по всему Советскому Союзу [12, с. 192].

В 1970-х годах открывались специализированные магазины. В универсамах была организована торговля по потребительским комплексам: «Товары для женщин», «Товары для мужчин», «Товары для детей» и др. Там оказывались дополнительные услуги: раскрой тканей, мелкая подгонка одежды, работали сберегательные кассы, отделение связи. Лидером передовых технологий в организации продаж выступал ГУМ. Его опыт широко внедрялся в СССР.

Появление суверенной Республики Беларусь привело к кардинальному изменению в народном хозяйстве и становлению новых, рыночных отношений. Рушились старые экономические связи, открылись практически неограниченные возможности для экономических инициатив, а, значит, и для спекуляций, злоупотреблений. И в тот трудный период переходной экономики Министерство смогло сохранить государственную торговлю и тем облегчить жителям Беларуси адаптацию к новым условиям. В то же время служащие нашего министерства начали активнее участвовать в организации внешней торговли.

В XXI веке роль торговой отрасли в стимулировании экономического

развития страны ещё больше возросла. Государство сделало ставку на качественное развитие торговой отрасли и повышение конкуренции в торговле. Важнейшей задачей Министерства торговли стало создание необходимых условий для продвижения на внутренний рынок, через все каналы торговли, отечественных товаров и максимальное удовлетворение потребностей населения страны в товарах и услугах.

Одним из результатов такой государственной политики в сфере внутренней торговли можно считать достижения национальной розничной торговли, которая превратилась в один из наиболее динамично развивающихся секторов экономики.

Розничная торговля – вид торговли, связанный с приобретением и продажей товаров для личного, семейного, домашнего и иного подобного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью, если иное не установлено законодательными актами Республики Беларусь.

Субъекты торговли вправе осуществлять один или несколько видов торговли в формах, предусмотренных Законом Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» от 8 января 2014 г. № 128-3.

Законодательство Республики Беларусь о торговле основывается на Конституции Республики Беларусь и состоит из Закона «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь», Закона «О защите прав потребителей», нормативных правовых актов Президента Республики Беларусь, Гражданского кодекса Республики Беларусь.

Закон «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» регулирует отношения в области торговли и общественного питания, в том числе возникающие между:

- государственными органами и юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями в связи с организацией и осуществлением торговли и общественного питания;
- субъектами торговли, субъектами общественного питания и юридическими лицами либо физическими лицами, в том числе индивидуальными предпринимателями, при осуществлении торговли и общественного питания [14].

Закон «О защите прав потребителей» определяет общие правовые, экономические и организационные основы защиты прав потребителей; регулирует отношения, возникающие между гражданами, желающими заключить договор купли-продажи товаров (работ, услуг) исключительно для личных, бытовых, семейных и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, и организациями и индивидуальными предпринимателями при розничной торговле, бытовом подряде, медицинском, гостиничном обслуживании и тому подобных договорах. Закон устанавливает права потребителя на приобретение товаров надлежащего качества и безопасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды, получение информации о товарах и об изготовителях, просвещение в

области защиты прав потребителей, государственную и общественную защиту их интересов [15].

В соответствии с Законом «О защите прав потребителей» в республике действует два стандарта: СТБ 1100-2016 «Пищевая продукция. Информация для потребителя. Общие требования»; СТБ 1400-2009 «Товары непродовольственные. Информация для потребителя. Общие требования».

В этих нормативных документах по стандартизации установлены общие требования к информации на все продовольственные и непродовольственные товары. Требования стандартов распространяются на товары отечественного и зарубежного производства. За отсутствие необходимой и достоверной информации о товаре к изготовителям или продавцам могут быть применены меры административной ответственности за несоблюдение требований стандартов, а также приостановлено производство и реализация таких товаров.

Субъекты торговли (торговые организации и индивидуальные предприниматели) в своей работе осуществляют ряд операций, которые называются функциями торговли (рисунок 1.1).



**Рисунок 1.1 – Функции розничной торговли**

Источник: [17, с. 28].

Через функцию реализации произведенных потребительских стоимостей торговля способствует развитию процесса расширенного воспроизводства, так как товарная стоимость после продажи превращается в денежную.

Функция доведения товаров до потребителей включает следующее:

- изучение спроса на избранном сегменте рынка, его стимулирование средствами рекламы и новыми методами продаж;
- увязку мест производства товаров с местами их потребления путем пространственного перемещения товаров, так как грузопотоки планируются

торговлей путем установления хозяйственных связей и рационализации товародвижения;

- осуществление технологических операций при продаже (транспортировка, разгрузка, хранение, подготовка к продаже – эти операции являются продолжением процессов производства в сфере товарного обращения);

- взаимодействие с другими отраслями экономики в процессе доведения товаров до потребителей (транспорт, коммунальное хозяйство, топливная промышленность, кредитные учреждения, учреждения образования).

Социальная функция торговли заключается в удовлетворении спроса населения через следующие элементы:

- рационализация сбыта и потребления;
- формирование спроса на новую продукцию;
- сближение спроса городского и сельского населения;
- экономия свободного времени потребителей;
- экономия денежных расходов населения путем реализации отдельных товаров с предельными надбавками;

- культура и компетенция торгового персонала [17, с. 29].

Таким образом, функции торговли можно разделить на две укрупненные группы:

- функции оказания услуг производителям;
- функции оказания услуг потребителям.

В данный момент невозможно недооценить роль, которую торговля играет в экономике страны, а также в экономиках отдельных регионов России. Торговля – это наиболее важная сфера жизнеобеспечения, способствующая платежеспособному спросу, тем самым удовлетворяющая потребности населения. Также торговля имеет большое значение в наполнении местного и государственного бюджетов, потому как она обеспечивает значительную часть всех налоговых поступлений в бюджет. Посредством торговли гарантируется финансовая стабильность регионов и создаются необходимые условия для совершенствования социальной сферы: образования, культуры и спорта, здравоохранения.

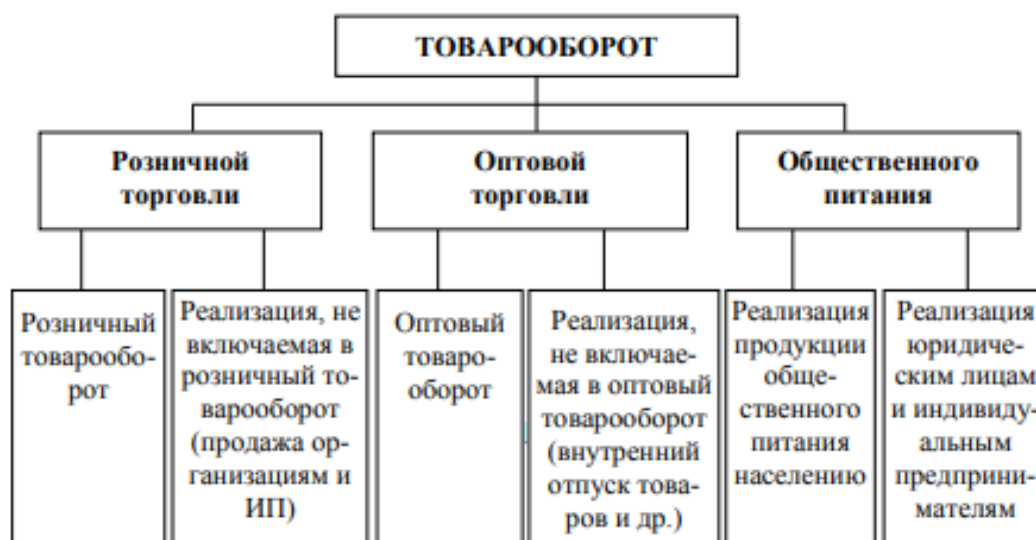
## 2 СУЩНОСТЬ, ЗНАЧЕНИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ

Розничный товарооборот играет важную роль в денежном обращении страны, поскольку преобладающая часть денежных доходов населения идет на покупку товаров.

На макроуровне товарооборот представляет собой стоимость реализованных товаров населению всеми организациями национальной экономики и индивидуальными предпринимателями, а также стоимость реализованных товаров организациями торговли другим организациям для перепродажи и собственных нужд.

На уровне организации товарооборот представляет собой объем продажи товаров в денежном выражении за определенный период времени [23, с. 253].

Классификация товарооборота по видам торговли и предпринимательства представлена на рисунке 2.1.



**Рисунок 2.1 – Классификация товарооборота по отраслям**

Источник: [17, с. 195].

Розничный товарооборот как экономическая категория выражается экономическими отношениями, связанными, с обменом денег населения на товары и услуги.

Как количественный показатель национальной экономики розничный товарооборот представляет собой объем товарной массы, которая под воздействием законов спроса и предложения перемещается из сферы производства в сферу потребления.

Как показатель деятельности организаций розничный товарооборот представляет собой объем продаж товаров населению за определенный период



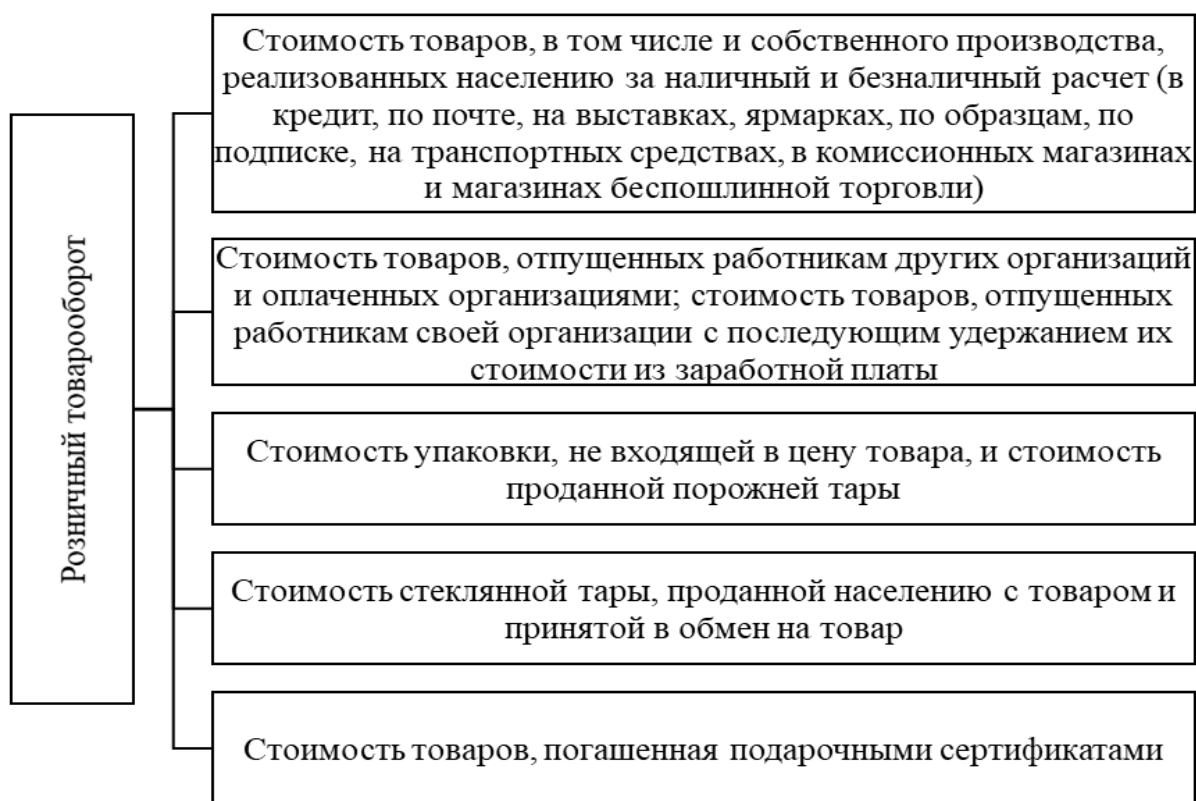
времени [17, с. 196].

Розничный товарооборот – это количественный показатель, характеризующий объем продаж. Он выражает экономические отношения, которые возникают на заключительной стадии движения товаров из сферы обращения в личное потребление путем их обмена на денежные средства [9, с. 136]

Согласно государственному стандарту Республики Беларусь СТБ 1393-2003 «Торговля. Термины и определения» и Указаний по заполнению формы государственной статистической отчетности 1-торг (розница) «Отчет о розничной торговле», розничным товарооборотом является стоимость товаров, реализованных населению за наличный и безналичный расчет торговыми организациями, другими организациями, индивидуальными предпринимателями для личного, семейного, домашнего и иного подобного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

Состав розничного товарооборота определен указаниями по заполнению формы статистической отчетности 1-торг (розница) «Отчет о розничной торговле».

Состав розничного товарооборота представлен на рисунке 2.2.



**Рисунок 2.2 – Состав розничного товарооборота**

Источник: [17, с. 196].

Розничный товарооборот классифицируется по ряду признаков, основными из которых являются:

- форма собственности;

- форма организации торговли;
- вид предпринимательства;
- товарная структура и др. (таблица 2.1).

**Таблица 2.1 – Классификация розничного товарооборота**

Критерий классификации	Виды розничного товарооборота
По формам собственности	Розничный товарооборот государственной торговли Розничный товарооборот частной торговли Розничный товарооборот иностранной торговли
По формам организации торговли	Розничный товарооборот торговых организаций Розничный товарооборот торговых мест на рынках и торговых центров
По месту реализации товара	Розничный товарооборот по продаже товаров в торговых объектах Розничный товарооборот по продаже товаров вне торговых объектов
По формам расчетов	Розничный товарооборот по продаже товаров за наличный расчет Розничный товарооборот по продаже товаров по безналичному расчету
По территориальному признаку	Розничный товарооборот в городах Розничный товарооборот в сельской местности
По макроструктуре	Розничный товарооборот по продаже продовольственных товаров (пищевых продуктов, напитков и табачных изделий) Розничный товарооборот по продаже непродовольственных товаров
По микроструктуре	Розничный товарооборот по продаже отдельных групп продовольственных товаров Розничный товарооборот по продаже отдельных групп непродовольственных товаров
По стране-изготовителю товара	Розничный товарооборот по продаже товаров отечественного производства Розничный товарооборот по продаже товаров импортного производства

Источник: [17, с. 197].

Не включается в розничный товарооборот стоимость:

- товаров, проданных за пределами Республики Беларусь (выставки, ярмарки);
- товаров, проданных за наличный и безналичный расчет юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям;
- товаров, отпущенных персоналу своей организации в счет заработной платы (натуральная оплата труда);
- подарков и продуктовых наборов, выданных работникам организации бесплатно (материальная помощь) за счет прибыли организации;
- товаров, отпущенных по товарообменным (бартерным) операциям или в порядке взаиморасчетов между организациями;

- реализованных проездных билетов, талонов на проезд, лотерейных билетов, телефонных карт, ритуальных принадлежностей [17, с. 198].

Основными закономерностями развития розничного товарооборота выступают:

- систематический рост объема розничного товарооборота;
- улучшение ассортиментной структуры товарооборота;
- более высокие темпы роста товарооборота в сельской местности, чем в городе;
- сближение ассортиментно-групповой структуры товарооборота сельской и городской торговли;
- сглаживание сезонных различий в обороте, особенно по продаже продовольственных товаров [10, с. 86].

Значение розничного товарооборота:

- является важнейшим показателем, характеризующим как экономический, так и социальный эффект национальной экономики, отрасли, региона и отдельных организаций;
- предопределяет ресурсный потенциал организации, возможность получения необходимой величины доходов и прибыли;
- от объема розничного товарооборота зависит возможность дальнейшего развития организации, повышения ее конкурентного статуса;
- характеризует уровень жизни населения, структуру его потребления;
- стимулирует развитие товарного производства, так как через товарооборот возмещаются общественные расходы на производство товаров;
- является источником поступления доходов национального и местных бюджетов в виде отдельных налогов [2, с. 215].

Для правильного руководства деятельностью организаций розничной торговли необходимо располагать полной, точной, объективной, своевременной и достаточно детальной экономической информацией. Это достигается прежде всего хорошо поставленной системой бухгалтерского учета. Данные бухгалтерской, статистической и оперативной отчетности являются основными источниками информации для анализа товарооборота [18, с. 201].

Основной целью проведения анализа розничного товарооборота является изучение возможностей его увеличения и максимизации прибыли на основе оптимизации объема, состава и структуры оборота.

Основными задачами анализа розничного товарооборота торговой организации являются:

- изучение, количественное измерение и обобщение влияния факторов на выполнение плана и динамику розничного товарооборота; комплексная оценка торговой деятельности предприятия;
- выявление путей, возможностей и резервов роста товарооборота, повышения качества обслуживания покупателей, эффективности использования материально-технической базы торговли, товарных и трудовых ресурсов;
- разработка оптимальных стратегических и тактических

управленческих решений по развитию розничного товарооборота;

– проведение SWOT-анализа и обоснование резервов увеличения розничного оборота и повышения рентабельности деятельности розничной организации в целом [1, с. 88].

Анализ розничного товарооборота торговой организации целесообразно осуществлять по трем основным этапам: подготовительному, основному и заключительному. Содержание этапов представлено в таблице 2.2.

**Таблица 2.2 – Последовательность анализа розничного товарооборота торговой организации**

Наименование этапа	Характеристика
Подготовительный этап	Определение целей и задач анализа Выбор предмета и объекта анализа Определение круга необходимой информации Выбор методов экономического анализа
Основной этап	Анализ динамики общего объема розничного товарооборота Анализ динамики розничного товарооборота в ассортиментном разрезе Анализ состава товарооборота по его определенным видам Оценка товарного обеспечения розничного товарооборота Выявление и оценка влияния различных факторов на изменение розничного товарооборота
Заключительный этап	Выявление сильных и слабых сторон, угроз и возможностей в развитии розничного товарооборота Определение и обоснование резервов увеличения розничного товарооборота Разработка рекомендаций и плана мероприятий по увеличению объема розничного товарооборота и рационализации его структуры Предоставление отчета по результатам анализа

Источник: [1, с. 89].

Информацией для анализа товарооборота служат следующие источники:

– бизнес-план организации, включающий план товарооборота в целом по организации, в разрезе товарных групп, торговых объектов, периодов года;

– бухгалтерская отчетность «Отчет о прибылях и убытках», ведомственная форма потребительской кооперации № 3 «Отчет о доходах, расходах и финансовых результатах от реализации»;

– статистическая отчетность 1-МП «Отчет о финансово-хозяйственной деятельности субъекта малого предпринимательства»;

– статистическая отчетность 1-торг (розница) «Отчет о розничной торговле»;

– статистическая отчетность 1-торг (структура) «Отчет о структуре розничного товарооборота»;

– показатели района деятельности организации (численность населения, денежные доходы населения, товарооборот зоны деятельности и др.)

[4, с. 278].

Анализ розничного товарооборота осуществляется при помощи ряда показателей, основными из которых являются следующие:

1 Ожидаемый товарооборот текущего года. Этот показатель рассчитывается в связи с тем, что планирование осуществляется в конце текущего года, когда еще нет данных о полном объеме товарооборота. Ожидаемый товарооборот можно определить следующими методами:

- на основании среднемесячного товарооборота текущего года;
- по удельному весу товарооборота IV квартала в годовом товарообороте за 2–3 предшествующих года;
- по сложившемуся уровню выполнения плана товарооборота в течение года.

2 Розничный товарооборот в сопоставимом виде или сопоставимых ценах. Товарооборот в сопоставимом виде определяет его объем в том случае, если бы цены не росли. Розничный товарооборот определяется в сопоставимом виде к предшествующему году и к базисному путем деления на индекс потребительских цен. Индекс цен определяет национальный статистический комитет Республики Беларусь в целом за год, в разрезе периодов года по товарным группам.

Совокупный индекс цен определяет изменение цен в размах за несколько лет. Он определяется путем перемножения годовых индексов.

3 Показатели выполнения плана товарооборота. Эти показатели отражают насколько перевыполнен или невыполнен план розничного товарооборота в отчетном году.

При анализе розничного товарооборота процент выполнения плана определяется в целом по товарообороту организации, по каждому торговому объекту или структурному подразделению, по каждой товарной группе, а также по периодам года, месяцам, кварталам, полугодиям.

4 Показатели динамики розничного товарооборота. К данным показателям относятся:

- темпы роста;
- темпы прироста;
- индексы роста.

Темп роста товарооборота определяет процентное изменение розничного товарооборота к предшествующему периоду, месяцу, кварталу, году.

Темпы роста рассчитываются цепным методом, т. е. к предшествующему периоду, и базисным методом в действующих и сопоставимых ценах [6, с. 125].

Проведение анализа товарооборота позволяет определить наиболее важные качественные и количественные показатели результатов работы торговой организации в анализируемом периоде. Результаты будущей торговой деятельности и перспективы развития, а иногда и само существование торгового предприятия зависит от правильности выводов сделанных на основе проведенного анализа и как следствие от глубины и полноценности анализа. Результаты проведенного анализа позволяют руководству экономического

субъекта определить степень выполнения объемов продаж и объем удовлетворения покупательского спроса. Причины отклонений в товарообороте за исследуемый период и как следствие определить фактические результаты функционирования предприятия и их отклонения от бизнес-планов и стратегии предприятия [20, с. 93].

Формирование рыночных отношений в стране, переход к многообразию форм собственности, приватизации требуют дальнейшего развития теории и практики учета и анализа розничной реализации товаров как составной части единой системы управления экономикой предприятия.

Факторы, воздействующие на товарооборот, подразделяются на внешние и внутренние (рисунок 2.3).



**Рисунок 2.3 – Факторы, влияющие на изменение розничного товарооборота**  
 Источник: [17, с. 207].

Кроме того, факторы, оказывающие влияние на товарооборот, можно разделить на:

- 1 Экстенсивные факторы:
  - денежные доходы населения (покупательные фонды населения);
  - товарные ресурсы (товарные запасы на начало периода плюс все поступления товаров);
  - численность обслуживаемого населения;
  - численность работников торговли (среднесписочная);

- товарные запасы;
- торговые площади.

## 2 Интенсивные факторы:

- процент охвата розничным товарооборотом покупательных фондов;
- процент использования товарных ресурсов (отношение товарооборота к товарным ресурсам);
- товарооборот на одного человека;
- производительность труда работников;
- скорость обращения товаров;
- товарооборот на 1 м<sup>2</sup> торговой площади [21, с. 22].

При расчете влияния факторов используется ряд экономических методов, основными из которых являются:

- цепная подстановка;
- балансовый;
- индексный [22, с. 13].

Расчет влияния факторов производится для определения резервов увеличения розничного товарооборота в будущем. Те факторы, из-за которых снижается розничный товарооборот, будут являться резервами его увеличения в будущем.

Для расчета влияния конкретных факторов розничный товарооборот представляется в виде математических моделей, слагаемые которых и являются факторами.

Главный фактор успешного развития товарооборота – обеспеченность и рациональность использования товарных ресурсов. Розничный товарооборот зависит от поступления товаров и состояния товарных запасов. На его объем оказывает влияние прочее выбытие товаров. Эта зависимость может быть выражена формулой товарного баланса:

$$З_n + П = ТО + ПВТ + З_k, \quad (2.1)$$

где  $З_n$  – запасы товаров на начало отчетного периода;

$П$  – поступление товаров;

$ТО$  – розничный товарооборот;

$З_k$  – запасы товаров на конец отчетного периода;

$ПВТ$  – в прочее выбытие товаров включает товарные потери (естественная убыль товаров), бой, лом, порчу и уценку товаров, их недостачи, а также оптовую реализацию излишествующих товаров.

Влияние показателей товарного баланса на объем розничного товарооборота можно определить, применив следующую формулу:

$$ТО = З_n + П - ПВТ - З_k, \quad (2.2)$$

Следовательно, на объем розничного товарооборота влияет каждое из алгебраических слагаемых товарного баланса. Увеличение начальных запасов и

поступления товаров оказывает положительное влияние на сумму продажи товаров; их уменьшение, наоборот, способствует сокращению размеров реализации; уменьшение прочего выбытия товаров, сокращение конечных запасов товаров положительно влияют на сумму продажи; их увеличение сказывается отрицательно на величине товарооборота данного отчетного периода.

Влияние на сумму реализации того или иного слагаемого товарного баланса измеряется способом цепной подстановки или способом разниц, т.е. определения разницы между фактическими и сравниваемыми (прогнозируемыми или предшествующими) величинами.

Каждый из элементов товарного баланса необходимо подвергают дальнейшему и более глубокому анализу.

Анализируя прочее выбытие товаров, следует изучить его состав: на переработку, возврат поставщикам, уценка, недостача и т.д. При этом выявляют причины и все обстоятельства, связанные с выбытием товаров (время их поступления в магазин, соблюдение требований качественной приемки их от поставщика, условия хранения в магазине и т.д.).

Следовательно, на выполнение плана и динамику товарооборота положительное влияние оказывают завышенные (сверхнормативные) товарные запасы на начало изучаемого периода (если товары пользуются спросом) и рост поступления товаров и отрицательное – увеличение прочего выбытия товаров и завышенные товарные запасы на конец анализируемого периода.

$$TP = Z_n + П - Z_k, \quad (2.3)$$

Основным показателем оценки эффективности использования товарных ресурсов – является объем товарооборота на один рубль товарных ресурсов (Этр), который определяют по формуле:

$$ЭТР = TO \div TP, \quad (2.4)$$

$$ЭТР = TO \div (Z_n + П - Z_k), \quad (2.5)$$

Этр – показывает, сколько рублей товарооборота приходится на каждый рубль товарных ресурсов.

При анализе могут определяться обратный показатель эффективности использования товарных ресурсов, т. е. объем товарных ресурсов на один рубль розничного товарооборота, а также частные показатели эффективности их использования. К частным показателям эффективности использования товарных ресурсов относится доля прочего выбытия товаров в товарных ресурсах или в объеме товарооборота. Долю прочего выбытия товаров в товарных ресурсах изучают по всему его объему и по отдельным видам.

Эффективность использования товарных ресурсов изучают по сравнению с планом и в динамике. Далее устанавливают причины изменения



эффективности использования товарных ресурсов и разрабатывают меры по минимизации прочего выбытия товаров, оптимизации товарных ресурсов и запасов товаров.

Вторая группа факторов – от обеспеченности трудовыми ресурсами и эффективности труда торговых работников. К ним относятся численность работников, организация и производительность труда.

Работники торговых организаций должны способствовать появлению новых товаров, вовлекать их в товарооборот, воздействовать на ассортимент и качество товаров, вырабатываемых промышленными и сельскохозяйственными организациями. Непосредственно общаясь с населением в процессе продажи, торговые работники выявляют объем и характер потребительского спроса, воздействуют на формирование товарного потока, направляемого в розничную торговлю.

Численность торговых работников – важный показатель торговли. Однако эффективность работы торговых предприятий зависит от рациональной организации труда и повышения его производительности. Взаимосвязь розничного товарооборота с численностью работников и производительностью труда:

$$TO = Ч \times ПТ, \quad (2.6)$$

ПТ – средний оборот на одного работника (выработка) или производительность труда, руб.

Факторы, связанные с состоянием и эффективностью использования материально-технической базы торговли (внеоборотных активов). К ним относятся: торговая площадь и рациональное ее использование; основные фонды и их использование; состояние незавершенного строительства и т.д.

Показателем оценки эффективности использования торговой площади является товарооборот на 1 м<sup>2</sup> торговой площади. Увеличение объема продажи товаров может произойти в результате прироста торговой площади и более рационального ее использования.

На объем продажи товаров оказывает влияние состояние основных средств и других внеоборотных активов и эффективное их использование.

Рассчитать влияние вышеприведенных факторов можно методами цепной подстановки, способом разниц и интегральным методом.

Основными резервами роста розничного товарооборота являются:

- суммы недополученного оборота в результате невыполнения планов розничного товарооборота по месяцам, по товарным группам, по отдельным торговым объектам;
- суммы отрицательного воздействия факторов на розничный товарооборот;
- суммы, на которые был невыполнен план поставок товаров по месяцам, товарным позициям и торговым объектам;

- суммы, на которые были завышены товарные запасы на конец и на начало года по сравнению с нормативом;
- сумма недополученного объема товарооборота в результате замедления товарооборачиваемости;
- суммы возможного роста товарооборота за счет роста производительности труда и лучшего использования торговой площади в однотипном торговом объекте;
- суммы недополученного оборота из-за нерациональных графиков работы отдельных торговых объектов;
- суммы недополученного оборота в результате выявленных недостатков [19, с. 460].

Основными путями роста розничного товарооборота являются:

- глубокое изучение спроса населения;
- закупка товаров в соответствии с изученной структурой спроса;
- эффективная рекламная деятельность;
- повышение качества торгово-технологического процесса путем внедрения новых форм продаж, модернизации оборудования и торговых площадей;
- применение маркетинговых стратегий ценообразования, учитывающих эластичность спроса на отдельные товарные позиции;
- улучшение организации и мотивации труда персонала, сокращение на этой основе потерь рабочего времени и повышение производительности труда [13, с. 689].

Кроме этого, росту товарооборота способствуют:

- активизация выездной торговли;
- удлинение времени работы торговых объектов;
- совершенствование управления товарными ресурсами;
- совершенствование ассортиментной политики.

В заключение главы подведем итоги.

Розничный товарооборот представляет собой стоимость товаров, реализованных населению за наличный и безналичный расчет торговыми организациями, другими организациями, индивидуальными предпринимателями для личного, семейного, домашнего и иного подобного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью. Розничный товарооборот классифицируется по ряду признаков.

Целью проведения анализа розничного товарооборота является изучение возможностей его увеличения и максимизации прибыли на основе оптимизации объема, состава и структуры оборота.

Анализ розничного товарооборота осуществляется по трем основным этапам: подготовительному, основному и заключительному. Информацией для анализа товарооборота служат бизнес-план организации, бухгалтерская отчетность, статистическая отчетность.

Факторы, воздействующие на товарооборот, подразделяются на внешние и внутренние, а также на экстенсивные и интенсивные. При расчете влияния

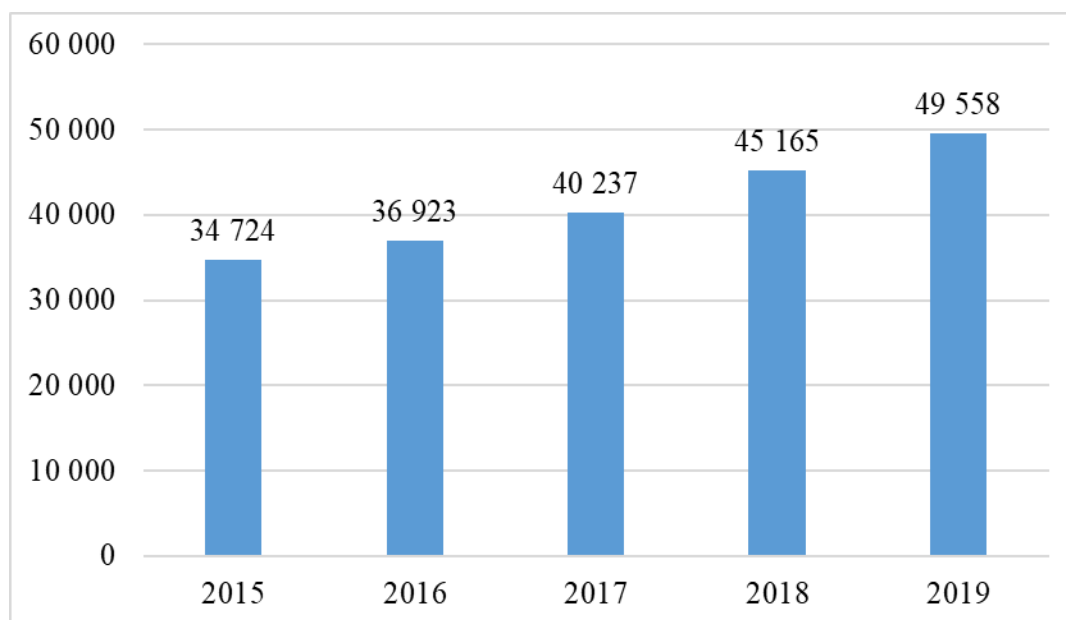
факторов используется ряд экономических методов, основными из которых являются цепная подстановка, балансовый и индексный.

## 3 КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

### 3.1 Оценка структуры динамики розничного товарооборота Республики Беларусь

Современное развитие розничной торговли Республики Беларусь связано с процессом глобализации, который тесным образом связан с концентрацией торгового капитала. Розничные торговые сети представляют собой огромные корпоративные организации торговли с высококвалифицированными менеджерами, современными методами управления в организации и новейшими технологиями в области розничных продаж.

Динамика изменения розничного товарооборота за последние пять лет приведена на рисунке 3.1.



**Рисунок 3.1 – Динамика изменения розничного товарооборота в Республике Беларусь за 2015-2019 гг., млн. руб.**

Источник: собственная разработка на основе [11].

За 2019 год розничный товарооборот составил 49 558 млн. руб., увеличившись по сравнению с 2018 годом на 4 393 млн. руб. или на 9,7 %. По сравнению с 2015 годом розничный товарооборот возрос на 14 834 млн. руб. или на 42,7 %.

Однодневный розничный товарооборот в расчете на душу населения с начала 2019 года составил 14,2 руб. против 13 руб. за аналогичный период 2018 года.

Рассмотрим динамику розничного товарооборота за 2015-2019 гг. по областям и г. Минску (таблица 3.1).

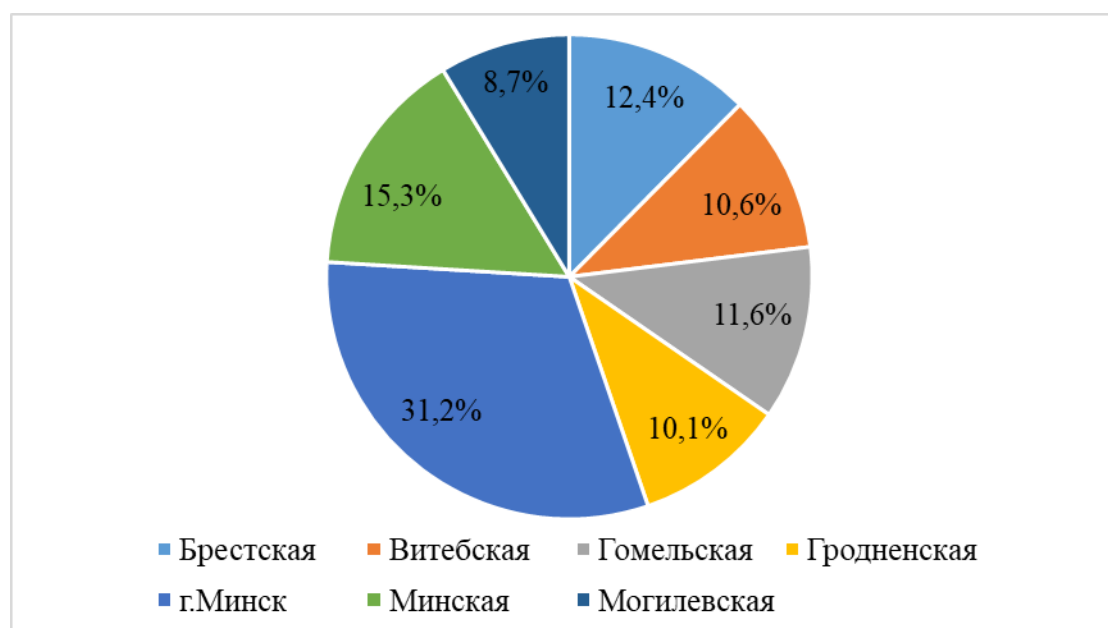
**Таблица 3.1 – Розничный товарооборот по областям и г. Минску за 2015-2019 гг., млн. руб.**

Показатель	Годы				
	2015	2016	2017	2018	2019
Республика Беларусь	34 724,2	36 923,4	40 237,3	45 165,2	49 557,5
Области и г.Минск:					
Брестская	4 269,4	4 506,0	4 911,8	5 537,0	6 134,1
Витебская	3 940,3	4 103,4	4 410,8	4 979,3	5 249,4
Гомельская	4 168,1	4 426,0	4 781,4	5 371,3	5 766,3
Гродненская	3 737,7	3 813,4	4 129,1	4 658,0	5 029,4
г.Минск	10 440,3	11 285,4	12 388,9	13 965,1	15 450,6
Минская	5 056,4	5 537,5	6 036,2	6 681,9	7 598,9
Могилевская	3 112,0	3 251,7	3 579,1	3 972,6	4 328,8

Источник: собственная работа на основе [11].

Как следует из данных, представленных в таблице 3.1, розничный товарооборот распределен по областям и г. Минску неравномерно.

Несмотря на то, что 2015-2019 гг. розничный товарооборот увеличивается во всех регионах Республики Беларусь, розничный товарооборот по г. Минску составил 15 450,6 млн. руб. или 31,2 % от общего розничного товарооборота Республики Беларусь (рисунок 3.2).



**Рисунок 3.2 – Региональная структура розничного товарооборота Республики Беларусь за 2019 г., %**

Источник: собственная разработка на основе [11].

Набольший тем роста розничного товарооборота за 2019 год наблюдается по Минской области (+13,7 % к 2018 году), наименьший темп роста – в Витебской области (+5,4 % к 2018 году).

Изменение розничного товарооборота по формам собственности

приведено в таблице 3.2.

**Таблица 3.2 – Розничный товарооборот по формам собственности за 2015-2019 гг., млн. руб.**

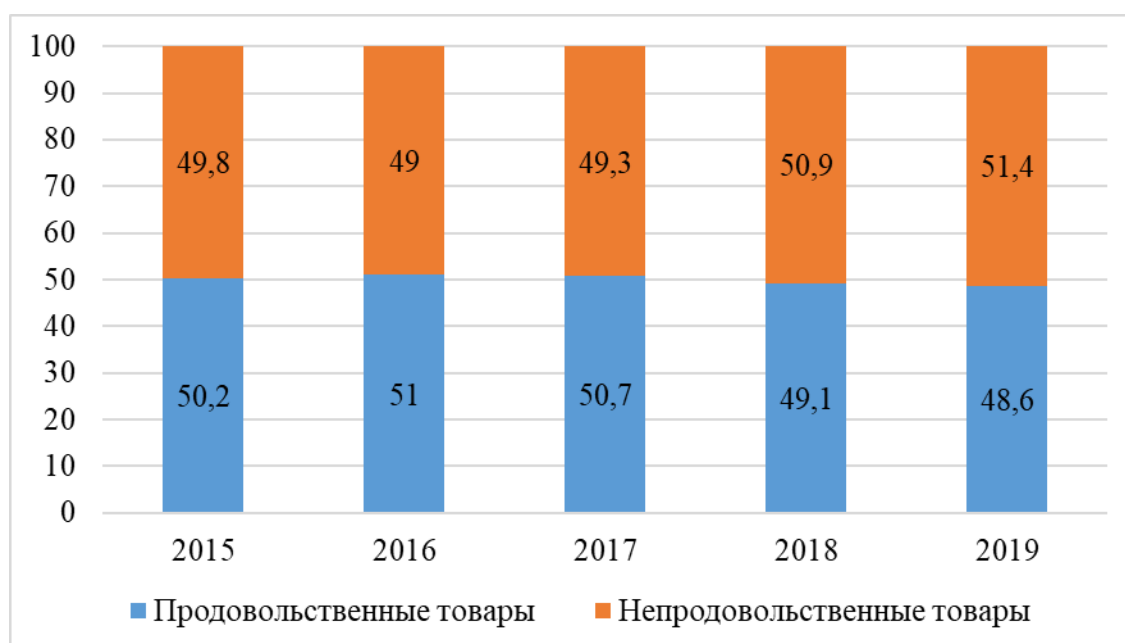
Показатель	Годы				
	2015	2016	2017	2018	2019
Розничный товарооборот	34 724,2	36 923,4	40 237,3	45 165,2	49 557,5
в том числе по формам собственности:					
государственная	2 809,5	3 086,1	3 451,1	3 954,3	4 470,0
республиканская	2 199,8	2 467,2	2 815,8	3 240,1	3 722,5
коммунальная	609,7	618,9	635,3	714,2	747,5
частная	25 934,6	26 687,3	28 372,4	31 212,6	33 949,0
из нее с долей государственной собственности	2 993,4	3 136,2	3 334,1	3 468,7	3 338,7
иностранная	5 976,0	7 150,0	8 413,8	9 998,3	11 138,5

Источник: собственная работа на основе [11].

Согласно данным, представленным в таблице 3.2, розничный товарооборот по формам собственности распределен не равномерно. Наибольший розничный товарооборот у организаций частной собственности – 33 949,0 млн. руб., что составляет 68,5 % от розничного товарооборота Республики Беларусь.

При этом наибольший темп роста розничного товарооборота за 2019 год у организаций государственной формы собственности (+13 % к 2018 году).

В структуре розничного товарооборота за 2019 год доля продовольственных товаров составила 48,6 %, непродовольственных – 51,4 % (рисунок 3.2).



**Рисунок 3.3 – Товарная структура розничного товарооборота Республики Беларусь за 2015-2019 гг., %**

Источник: собственная разработка на основе [11].

Как видно по данным рисунка 3.2, доля недовольственных товаров в розничном товарообороте Республики Беларусь за 2015-2019 гг. ежегодно увеличивается. За анализируемый период ее рост составил 1,6 п.п.

Более детальная товарная структура розничного товарооборота за 2018-2019 гг. приведена в таблице 3.3.

**Таблица 3.3 – Товарная структура розничного товарооборота Республики Беларусь за 2018-2019 гг.**

Показатель	Розничный товарооборот млн. руб.		В процентах к итогу	
	2018	2019	2018	2019
1	2	3	4	5
Всего	45 165,2	49 557,5	100	100
в том числе по товарным группам:				
продовольственные товары	22 186,1	24 082,7	49,1	48,6
в том числе:				
свежие фрукты и орехи	968,3	1 046,7	2,1	2,1
свежие овощи и грибы	668,6	739,8	1,4	1,5
мясо и мясные продукты	4 140,0	4 420,3	9,2	8,9
рыба, ракообразные и моллюски	820,5	906,1	1,8	1,8
хлебобулочные и мучные кондитерские изделия	1 757,7	1 884,4	3,9	3,8
сахаристые кондитерские изделия	958,6	1 050,9	2,1	2,1
алкогольные напитки	3 661,8	3 951,1	8,1	8,0
безалкогольные напитки	805,4	914,9	1,8	1,9
молочные продукты	2 549,0	2 815,2	5,6	5,7
сыры	453,3	520,3	1,0	1,0
яйца	212,6	225,5	0,5	0,5
пищевые масла и жиры	399,0	397,2	0,9	0,8
крупа	164,5	177,8	0,4	0,4
сахар и сахарозаменители	257,0	220,9	0,6	0,4
непродовольственные товары	22 979,1	25 474,8	50,9	51,4
в том числе:				
легковые автомобили и грузовые автомобили весом не более 3,5 т	1 963,3	2 341,3	4,3	4,7
компьютеры, периферийные устройства и программное обеспечение	207,6	230,5	0,5	0,5
телекоммуникационное оборудование	789,4	849,9	1,7	1,7
телефоны для сотовой и прочей беспроводной связи	748,0	787,2	1,7	1,6
аудио- и видеоаппаратура	307,5	320,9	0,7	0,7
телевизоры	256,6	258,0	0,6	0,5
строительные материалы	2 261,8	2 389,8	5,0	4,8
электробытовые приборы и инструменты	838,7	896,5	1,9	1,8
мебель	804,1	879,6	1,8	1,9

Окончание таблицы 3.3

1	2	3	4	5
бытовая утварь, столовые принадлежности, посуда, стеклянные, фарфоровые и керамические изделия	309,1	351,6	0,7	0,7
чистящие и прочие средства бытовой химии	423,6	461,3	0,9	0,9
товары для физической культуры, спорта и туризма, включая велосипеды и лодки	132,3	144,0	0,3	0,3
одежда	2 255,3	2 473,6	5,0	5,0
обувь	948,5	1 011,8	2,1	2,0
фармацевтические товары	1 365,4	1 492,3	3,0	3,0
парфюмерно-косметическая продукция и туалетные принадлежности	1 481,0	1 658,5	3,3	3,3
домашние животные (питомцы), корма, принадлежности для них и средства ухода за ними	356,3	419,2	0,8	0,8
часы	47,2	57,2	0,1	0,1
ювелирные изделия	253,8	272,6	0,6	0,6
фотопринадлежности, оптические и точные приборы	41,7	46,4	0,1	0,1

Источник: собственная работа на основе [11].

Как следует из приведенных в таблице 3.3 данных, наибольший удельный вес в товарной структуре розничного товарооборота за 2019 год традиционно занимают такие товарные группы, как мясо и мясные продукты (8,9 %), алкогольные напитки (8,0 %), молочные продукты (5,7 %), одежда (5,0 %), строительные материалы (4,8 %), легковые автомобили и грузовые автомобили весом не более 3,5 т (4,7 %).

Наибольший удельный вес в структуре розничного товарооборота занимают товары отечественного производства (таблица 3.4).

**Таблица 3.4 – Доля товаров отечественного производства в розничном товарообороте Республики Беларусь за 2015-2019 гг., %**

Год	Всего	в том числе	
		продовольственные товары	непродовольственные товары
2015	61,8	79,1	44,6
2016	59,1	79,1	37,9
2017	58,4	79,0	37,2
2018	57,2	78,4	36,8
2019	56,4	77,0	37,2

Источник: собственная работа на основе [11].



В 2019 году удельный вес товаров отечественного производства в розничном товарообороте составил 56,4 % (снижение на 0,8 п.п. к аналогичному периоду прошлого года), в том числе по продовольственным товарам – 77 % (снижение на 1,4 п.п.), непродовольственным – 37,2 % (рост на 0,4 п.п.).

Традиционно высокая доля белорусских производителей по товарным группам яиц (100 %), мяса и мясных продуктов (99,7 %), молочной продукции (96,2 %), свежих овощей и грибов (75,7 %), алкогольных напитков (72–99 % в зависимости от вида).

Иностранная продукция занимает больше половины продаж в группах рыба, ракообразные и моллюски (доля белорусских товаров – 45,1 %), сахаристые кондитерские изделия (51,6 %), крупы (41,4 %). Незначительная доля товаров белорусского производства отмечается в группах свежие фрукты и орехи (6,9 %) и масло растительное (12,1 %).

В сегменте непродовольственных товаров больше остальных групп товаров выросли продажи:

- автомобилей (на 39,1 %);
- пиломатериалов (22,7 %);
- верхней одежды (15,3 %);
- обуви (15,2 %).

Традиционно наибольшей долей белорусских товаров выделяются продажи:

- топлива (99,5 %);
- цемента (91,7 %);
- пиломатериалов (89,1 %);
- чулочно-носочных изделий (81,6 %);
- нижнего белья (66,9 %).

Делят пополам продажи с иностранными конкурентами производители керамической плитки (53,8 %), холодильников (52,3 %), обуви (42,9 %) и фармацевтических товаров (41,6 %).

Иностранные товары доминируют в продажах:

- телевизоров (доля отечественных товаров – 11,7 %);
- стиральных машин (18,8 %);
- парфюмерно-косметической продукции (19,5 %);
- средств бытовой химии (25 %).

Рассмотрим розничный товарооборот по типам субъектов хозяйствования за 2015-2019 гг. (таблица 3.5)

**Таблица 3.5 – Розничный товарооборот по типам субъектов хозяйствования за 2015-2019 гг., млн. руб.**

Показатель	Годы				
	2015	2016	2017	2018	2019
Розничный товарооборот	34 724,2	36 923,4	40 237,3	45 165,2	49 557,5
в том числе:					
крупных организаций	19 552,5	22 019,3	22 571,0	26 133,9	30 013,5
субъектов среднего предпринимательства	2 301,8	2 292,6	2 801,8	3 678,2	4 015,3
субъектов малого предпринимательства	6 675,8	7 142,5	9 636,2	10 410,9	10 860,9
индивидуальных предпринимателей	6 194,1	5 469,0	5 228,3	4 942,2	4 667,8
Удельный вес розничного товарооборота интернет-магазинов в розничном товарообороте организаций торговли, %	2,0	2,8	3,4	3,7	4,1

Источник: собственная работа на основе [11].

В анализируемом периоде наблюдался последовательный рост доли крупных организаций, тогда как розничный товарооборот индивидуальных предпринимателей сокращается.

В целом 2019 год прошел для белорусского розничного бизнеса весьма спокойно и без потрясений, рост был достаточно плавным.

Среди крупных M&A-сделок можно отметить продажу «Евроторгом» минского торгового центра «Е-Сити» «Табак-Инвесту».

В 2019 году на рынке появились новые игроки: шведский H&M, немецкий бренд New Yorker, российская сеть дискаунтеров «Доброцен», «Детмир» и др. Сеть техники и электроники «Техноплюс» закрылась. Сеть товаров для детей «Буслік» провела год под знаком оптимизации бизнеса и также закрыла несколько своих магазинов.

Заметным событием окончания года стал запуск в Беларуси системы платежей Apple Pay.

### **3.2 Анализ розничного товарооборота и влияющих на него факторов**

Развитие розничной торговли анализируется с использованием ряда показателей. Важнейшие из них за последние пять лет представлены в таблице 3.6.

**Таблица 3.6 – Основные показатели развития розничной торговли в Республике Беларусь за 2015-2019 гг.**

Показатель	Годы				
	2015	2016	2017	2018	2019
Розничный товарооборот, млн. руб.	34 724	36 923	40 237	45 165	49 558
Розничный товарооборот на душу населения, руб.	3 659,2	3 886,0	4 236,3	4 762,5	5 235,5
Структура розничного товарооборота, в % к итогу	100	100	100	100	100
продовольственные товары	50,2	51,0	50,7	49,1	48,6
непродовольственные товары	49,8	49,0	49,3	50,9	51,4
Удельный вес товаров отечественного производства в розничном товарообороте, %	61,8	59,1	58,4	57,2	56,4

Источник: собственная работа на основе [11].

Приведенные данные свидетельствуют, что в настоящее время торговля – это одна из динамично развивающихся отраслей экономики. За 2015-2019 гг. основные показатели развития розничной торговли в Республике Беларусь увеличились, в том числе розничный товарооборот и розничный товарооборот на душу населения.

Однако необходимо отметить снижение удельного веса товаров отечественного производства в структуре розничного товарооборота с 61,8 % в 2015 году до 56,4 % в 2019 году. По ряду товаров потребительский спрос практически полностью обеспечивается за счет белорусской продукции (мясо и продукты из него, молочные продукты, яйца, сахар и др.).

Проведем анализ влияния изменения производительности труда в розничной торговле на рост розничного товарооборота (таблица 3.9).

**Таблица 3.7 – Производительность труда и численность работников торговли за 2018-2019 гг.**

Показатели	2018	2019	Изменение (+/-)
Розничный товарооборот, млн. руб.	45 165	49 558	4 393
Среднесписочная численность работников торговли, тыс. чел.	617,7	628,7	11,0
Розничный товарооборот на одного работника, тыс. руб./чел.	73,12	78,83	5,71

Источник: собственная работа на основе [11].

Общее отклонение розничного товарооборота по Республике Беларусь за 2018-2019 гг.:

$$\Delta TO = 49\,558 - 45\,165 = +4\,393 \text{ тыс. руб.}$$

В том числе:

- за счет изменения численности работников

$$\Delta TO_{(ч)} = (628,7 - 617,7) \times 73,12 = 804 \text{ млн. руб.}$$

- за счет изменения розничного товарооборота на одного работника розничной торговли

$$\Delta TO_{(пр)} = (78,83 - 73,12) \times 628,7 = 3\,589 \text{ млн. руб.}$$

Совокупное влияние факторов:

$$\Sigma = 804 + 3\,589 = 4\,393 \text{ млн. руб.}$$

Розничный товарооборот Республики Беларусь в 2019 г. увеличился на 804 млн. руб. за счет увеличения среднесписочной численности работников торговли и на 3 589 млн. руб. за счет увеличения производительности труда торгового персонала.

На размер розничного товарооборота также оказывает влияние численность населения и розничный товарооборот на душу населения (таблица 3.10).

**Таблица 3.10 – Товарооборот на душу населения и численность населения за 2018-2019 гг.**

Показатели	2018	2019	Изменение (+/ -)
Розничный товарооборот, млн. руб.	45 165	49 558	4 393
Численность населения, тыс. чел.	9 482,5	9 464,9	-17,6
Розничный товарооборот на душу населения, тыс. руб.	4,763	5,236	0,473

Источник: собственная работа на основе [11].

Общее отклонение розничного товарооборота по Республике Беларусь за 2018-2019 гг.:

$$\Delta TO = 49\,558 - 45\,165 = +4\,393 \text{ тыс. руб.}$$

В том числе:

- за счет изменения численности населения

$$\Delta TO_{(н)} = (9\,464,9 - 9\,482,5) \times 4,763 = -84 \text{ млн. руб.}$$

- за счет изменения розничного товарооборота на душу населения

$$\Delta TO_{(тодн)} = (5,236 - 4,763) \times 9\,464,9 = 4\,477 \text{ млн. руб.}$$

Совокупное влияние факторов:  
 $\Sigma = -84 + 4\,477 = 4\,393$  млн. руб.

Розничный товароборот Республики Беларусь в 2019 г. в связи с сокращением численности населения на 17,6 тыс. человек снизился на 84 млн. руб., а за счет роста розничного товароборота на душу населения повысился на 4 477 млн. руб. В результате совокупного влияния факторов розничный товароборот в Республике Беларусь увеличился на 4 393 млн. руб.

В заключение главы подведем итоги.

За 2019 год розничный товароборот составил 49 558 млн. руб., увеличившись по сравнению с 2018 годом на 4 393 млн. руб. или на 9,7 %. Однодневный розничный товароборот в расчете на душу населения с начала 2019 года составил 14,2 руб. против 13 руб. за аналогичный период 2018 года.

Набольший темп роста розничного товароборота за 2019 год наблюдается по Минской области (+13,7 % к 2018 году), наименьший темп роста – в Витебской области (+5,4 % к 2018 году).

Наибольший розничный товароборот у организаций частной собственности – 33 949,0 млн. руб., что составляет 68,5 % от розничного товароборота Республики Беларусь.

Доля непродовольственных товаров в розничном товаробороте Республики Беларусь за 2015-2019 гг. ежегодно увеличивается. За анализируемый период ее рост составил 1,6 п.п. Наибольший удельный вес в товарной структуре розничного товароборота за 2019 год традиционно занимают такие товарные группы, как мясо и мясные продукты, алкогольные напитки, молочные продукты, одежда, строительные материалы, легковые автомобили и грузовые автомобили весом не более 3,5 т.

В 2019 году удельный вес товаров отечественного производства в розничном товаробороте составил 56,4 %, в том числе по продовольственным товарам – 77 %, непродовольственным – 37,2 %.

Оценка влияния факторов была произведена методом цепных подстановок. В результате оценки влияния факторов на розничный товароборот определено, что за счет увеличения среднесписочной численности работников торговли розничный товароборот увеличился на 804 млн. руб., а за счет увеличения производительности труда торгового персонала – на 3 589 млн. руб. В связи с сокращением численности населения розничный товароборот снизился на 84 млн. руб., а за счет роста розничного товароборота на душу населения повысился на 4 477 млн. руб.