

17. Rosenau, J. N. *Governance without Government: Order and Change in World Politics* / J. N. Rosenau, E-O. Czempiel. – Cambridge : Cambridge University Press, 1992.

Rosenau, J. N. *Governance without Government: Order and Change in World Politics* / J. N. Rosenau, E-O. Czempiel. – Cambridge : Cambridge University Press, 1992.

18. Rosenau, J. N. *Governance in the Twenty-First Century* / J. N. Rosenau // *Global Governance*. – 1995. – № 1. – P. 13–43.

Rosenau, J. N. *Governance in the Twenty-First Century* / J. N. Rosenau // *Global Governance*. – 1995. – № 1. – P. 13–43.

Статья поступила в редакцию 02.12.2022 г.

УДК 339.378 (476)

R. Valevich
M. Tamashevich
BSEU (Minsk)

CONSOLIDATION OF THE TRADING BUSINESS: BACKGROUND, EFFECTS, CONTRADICTIONS

The article presents the results of a study on the formation and functioning of a trading business in a country with an open small economy. It is proved, using statistical information, that the concentration and centralization of trade capital is an objectively conditioned economic phenomenon, and the processes of consolidation of trade business contribute to the development of the national economy, which is manifested in the growth of retail and wholesale turnover, consumer satisfaction, tax revenues to the budget, business competitiveness; in the creation of an organizational, economic and technological structure of trade activities focused on world standards, taking into account the domestic peculiarities of the trade business. Currently, large retail chains, under the conditions of sanctions and increased pressure on the country's economy, are experiencing problems with the formation of commodity resources and the implementation of their development strategies.

As the number of retail chains grew and their consolidation, a number of contradictions arose and clearly manifested themselves, disturbing the equilibrium development of the consumer market. The problems of ensuring compliance with the economic interests of all market participants, building an optimal ratio in the structure of commodity resources between goods of domestic and imported production, civilized competitive relations between large, medium and small businesses have worsened. The resolution of the contradictions that have arisen will be facilitated by the expansion of scientific research on this topic, the improvement of the mechanism of formation and functioning in the market of large business, the development of public-private partnership.

Keywords: *consumer market; market trends; economic interests; retail chains; innovative technologies; capital; concentration; centralization; effects.*

Р. П. Валевич

кандидат экономических наук, профессор

М. Р. Тамашевич

БГЭУ (Минск)

УКРУПНЕНИЕ ТОРГОВОГО БИЗНЕСА: ПРЕДПОСЫЛКИ, ЭФФЕКТЫ, ПРОТИВОРЕЧИЯ

В статье изложены результаты исследования по проблематике формирования и функционирования торгового бизнеса в стране с открытой малой экономикой. Доказано, с использованием статистической информации, что концентрация и централизация торгового капитала является объективно-обусловленным экономическим явлением, а процессы укрупнения торгового бизнеса способствуют развитию национальной экономики, что проявляется в росте розничного и оптового товарооборота, удовлетворенностей потребителей, налоговых поступлений в бюджет, конкурентоспособности бизнеса, в создании организационно-экономической и технологической структуры торговой деятельности, ориентированной на мировые стандарты с учетом отечественных особенностей торгового дела. В настоящее время, крупные торговые сети, в условиях санкционно-усиленного давления на экономику страны, испытывают проблемы с формированием товарных ресурсов и реализацией стратегий их развития.

По мере роста числа розничных торговых сетей и их укрупнения, возникли и четко проявились ряд противоречий, нарушающих равновесное развитие потребительского рынка. Обострились проблемы в обеспечении соблюдения экономических интересов всех субъектов рынка, построении оптимального соотношения в структуре товарных ресурсов между товарами отечественного и импортного производства, цивилизованных конкурентных отношений между крупным, средним и малым бизнесом. Разрешению возникших противоречий будет содействовать расширение научных исследований по данной тематике, совершенствование механизма формирования и функционирования на рынке крупного бизнеса, развитие государственно-частного партнерства.

Ключевые слова: *потребительский рынок; рыночные тренды; экономические интересы; торговые сети; инновационные технологии; капитал; концентрация; централизация; эффекты.*

Процессы, протекающие в мировой, национальной экономике, ее отраслях, финансовой и банковской сфере, напрямую отражаются на путях и направлениях трансформации и развития торговли. С переходом к рыночной экономике в торговой отрасли произошли экономические, технологические, революционные перемены: от разгосударствления и приватизации к построению торгового дела, сопоставимого по основным параметрам с лучшими зарубежными достижениями. Прежде всего, это проявилось в создании и функционировании розничных торговых сетей, что сопровождается укрупнением торгового бизнеса. Крупные торговые организации влияют на условия ведения бизнеса, на поведение конкурентов, потребителей и клиентов, воздействуют на процессы взаимодействия со своими контрагентами и государством – общество заинтересовано в развитии таких организаций. Более того, региональные власти чаще всего строят проекты по развитию региона в сотрудничестве с крупным бизнесом. Обладая определенной финансовой независимостью, они даже в условиях экономического кризиса не уходят с рынка, не ликвидируются, а просто диверсифицируют виды деятельности, ассортимент, регионы обслуживания [3. ст. 99].

Розничные торговые сети как крупный игрок на рынке торговых услуг в Республике Беларусь стали функционировать с середины 90-х годов XX века. Потребители положительно оценивают деятельность таких субъектов, торговые сети продемонстрировали высокую результативность качества обслуживания, культуру торговли, способствовали внедрению в торговую деятельность инновационных технологий. Торговые сети обеспечивают более 50 % розничного товарооборота страны, являются крупными налогоплательщиками, их вклад в ВВП в 2021 г. составил 9,5 % (по оценкам Министерства антимонопольного регулирования и торговли).

Основными методами укрупнения торгового бизнеса в стране стали экономическая концентрация и централизация, а способами развития – строительство, покупка объектов, франчайзинг, рост добавленной стоимости.

Концентрация капитала – это процесс постоянного увеличения капитала за счет капитализации доходов, а его централизация – результат увеличения размеров капитала за счет принудительного или добровольного слияния, поглощения и объединения независимых ранее самостоятельно функционирующих капиталов.

Новое явление в экономике страны вызывает большой практический и научный интерес, с одной стороны, для характеристики процессов, связанных с укрупнением розничного торгового бизнеса, а с другой стороны, для обоснования управленческих решений по обеспечению равных условий деятельности для всех субъектов потребительского рынка. Исследователи в поиске теоретических и практических начал этого процесса опираются на научные исследования классиков экономической теории применительно к производству и финансовому капиталу (от А. Смита до Д. Кейнса, от К. Маркса до современных ученых – М. Портер и др.). Обзор научных трудов по проблеме консолидации капитала и в торговле, в частности, показывает, что в Российской Федерации в последние годы появились серьезные работы по данному направлению в научных исследованиях (А. Ю. Юданов, С. А. Шнорр, С. Ю. Глазьев, Я. Ш. Паппе, В. П. Чеглов, А. А. Есютин, Е. В. Карпова, В. Н. Маршак и др.). Белорусские исследователи в основном изучают организационные и управленческие процессы развития сетевого бизнеса.

Деятельность розничных торговых сетей в Республике Беларусь находится под контролем органов государственного управления, особое внимание результатам их работы было уделено в период сложной эпидемиологической ситуации и санкционного давления на экономику страны. Функционирование розничных торговых сетей оценивается как положительное явление в экономике, но с их укрупнением возник ряд проблем, особенно обострившихся в условиях кризиса. Развитие розничных торговых сетей как крупного субъекта рынка привело к закрытию ряда магазинов несетевой торговли, диспропорциям между отпускными и розничными ценами, неравенству возможностей для удовлетворения экономических интересов всех участников потребительского рынка. Так, Союз предпринимателей Республики Беларусь считает, что деятельность субъектов крупного предпринимательства способствовала ускорению сокращения малого бизнеса, а следовательно, и нарушению законов цивилизованной конкуренции. В свою очередь, поставщики товарных ресурсов считают, что снижение их доходности обусловлено высокими затратами на обеспечение присутствия товаров производителя в розничной торговой сети. Обозначенные проблемы привели к усилению контроля за деятельностью торговых сетей и введению ряда ограничений.

В некоторой степени это справедливо. Но, прежде чем принимать решения по ограничению их деятельности или усилению регулирования, необходимо глубже изучить процессы

концентрации капитала, эффекты от деятельности сетей, с тем чтобы обосновать рекомендации по преодолению возникших противоречий. Тем более такие исследования необходимы и потому, что общая тенденция развития розничных торговых сетей в мире и сопряженных государствах свидетельствует о том, что этот тренд сохранится и в будущем, а для успешного развития розничной торговли в целом по стране и правильного определения направлений инвестирования в торговый капитал, совершенствования механизма государственного регулирования, эффективного взаимодействия контрагентов требуется постоянное совершенствование технологий и механизмов их развития, взаимодействия между участниками рынка на начальных этапах формирования рыночной экономики.

Высокие темпы распространения розничных торговых сетей в Республике Беларусь обусловлены общими тенденциями развития розничной торговли в мировом сообществе, тенденциями концентрации торгового капитала и их конкурентными преимуществами.

Для изучаемого этапа развития торговых сетей характерны следующие основные тенденции изменения сетевой среды: замещение несетевой торговли сетевой; постоянное обновление форматов розничной торговли; консолидация рынка и топ-игроков, формирование альянса партнеров (типа «ассоциация розничных торговых сетей» и др.); перенос на рынки других стран, включая отечественный, мировых технологий развития розничной торговли, связанных с логистикой, управлением, обслуживанием потребителей; широкое проникновение информационных цифровых технологий во все этапы торгово-производственного процесса, что позволяет ускорить процесс получения необходимых сведений для принятия управленческих решений; торговые сети работают по технологии торгово-производственного цикла (наличие собственного производства, создание продуктов под собственной торговой маркой (СТМ) широкого ценового диапазона); использование гибкой ценовой политики с учетом избирательности поведения потребителей и тенденций изменения их денежных доходов, обязательность проведения программ лояльности, что потребовало от сетей жесткой оптимизации расходов; трансформация механизма реализации сетевых принципов ведения бизнеса (приспособление их к новым условиям хозяйствования).

В Республике Беларусь на продовольственном рынке работает 17 торговых сетей. Отличительными чертами белорусской сетевой розничной торговли является их мультиформатность (в сеть могут входить магазины различных форматов: магазины у дома (40 %), дискаунтеры (12 %), супермаркеты (21 %), гипермаркеты (22 %), другие (5 %)); торговые сети работают на всех сегментах рынка и укрупняются.

Итоги работы белорусских сетей позволяют сделать вывод о том, что в розничной торговле идет первоначальное накопление капитала с определенным запаздыванием процессов по сравнению с экономически развитыми странами и странами ЕАЭС. Эффективность работы торговых сетей страны могла бы быть и выше, но почти все белорусские сети работают по аналогичным технологиям, продают аналогичный ассортимент, товары покупают в основном у одних и тех же поставщиков, имеются схожие, с некоторым отличием, концепции ведения бизнеса (например, у ООО «Евроторг» концепция «низких цен», а у ООО «ГРИНРозница» – «продаем эксклюзивные товары для взыскательных потребителей»), идет борьба в основном за территории присутствия. Рынок страны насыщен торговыми объектами, возможности его развития за счет нового строительства исчерпаны. Рост удельного веса крупных торговых организаций в товарообороте республики происходит в основном за счет снижения доли товарооборота субъектов среднего и малого бизнеса.

Результаты деятельности отечественных и мировых объектов крупного торгового бизнеса свидетельствуют о том, что, несмотря на трудности его развития, процесс укрупнения торгового бизнеса будет продвигаться, и он представляет собой объективно-обусловленную необходимость. Об этом свидетельствует мировой опыт, который отражен в таблице 1.

Таблица 1 – Процессы концентрации торговой деятельности в мировом сообществе в исторической ретроспективе

| Периоды | Состояние экономики | Процессы трансформации торговли | Влияние | |
|------------------------------|--|--|--|--|
| | | | Положительное | Проблемное |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Начало XVII века | Переход от ремесленного к мануфактурному хозяйству | Образуются оптово-закупочные союзы (Голландская Ост-Индская компания с акционерной формой капитала и др.) | Формирование собственной логистической инфраструктуры | Монополизация торговли на определенных территориях |
| 1854 г. – 1872 г. | Экономический кризис | Формирование рынка торговли недвижимости и аренды, создание торговых объектов на условиях товарищества типа «торговый центр» | Дифференциация оптовой и розничной торговли, формирование первичной консолидации торгового капитала | Падение стоимости недвижимости |
| 1873 г. – конец 1890-х гг. | Переход от мануфактурного к промышленному производству | Укрупнение торговых цепей: диверсификация и универсализация ассортимента | Формирование торговых цепей с полным ассортиментом, основы создания сетевой торговли | Размещение объектов на небольших торговых площадках с использованием технологии продаж по одной цене |
| Конец 1890-х гг. – 1914 г. | Начальный период проявления кризиса | Первичный передел собственности | Укрупнение торговых цепей | Нарушение условий конкуренции и равенства участников рынка |
| 1914 г. – 1928 г. | Последствия кризиса | Консолидация недвижимости в сфере розничной торговли | Умеренный спад производства и замедление темпов экономического роста | Возрастание контроля торговых цепей над оборотом розничной торговли |
| 1929 г. – 1956 г. | Преодоление последствий мирового кризиса | Оптимизация количества магазинов с использованием опыта хорошо работающих объектов | Рост эффективности операционной деятельности, обеспечение эффекта синергии | Закрытие магазинов, регулирование цен |
| 1957 г. – 1973 г. | Мировой кризис 1957 г. – 1958 г. | Начало формирования сетевого торгового бизнеса | Трансформация торговых форматов. В 1962 г. начала работу первая торговая сеть | Конфликт между крупным и малым бизнесом и кооперативными объединениями |
| 1973 г. – середина 1990-х г. | Экономический рост 1973 г. – 1974 г. | Развитие сетевых структур | Процессы горизонтальной интеграции и диверсификация деятельности; унификация торговых и логистических технологий; укрупнение торговых объектов в вертикально интегрированные системы | Усиливаются противоречия между крупным и малым бизнесом; конкуренция торговой и производственной инфраструктуры |
| Конец 1990-х г. – 2007 г. | Развитие процессов глобализации в экономике на фоне экономического кризиса | Рост рыночной силы сетей | Формирование транснациональных промышленно-финансовых и торговых компаний | Передел собственности; укрупнение бизнеса за счет слияний и поглощений; проявление диктата торговли над производителем |
| 2007 г. – 2019 г. | Преодоление последствий мирового экономического кризиса | Интенсивное проникновение иностранного капитала в другие страны | Формирование системно интегрированных сетей, образование отечественных торговых сетей | Результаты работы сетевого бизнеса обусловлены изменчивостью цен |
| 2020 г. – 2021 г. | Кризис, обусловленный возникшей эпидемиологической ситуацией | Рост интернет-торговли | Расширение рамок конкурентной среды, внедрение инновационных технологий в сферу обслуживания потребителей | Переток покупателей для покупки товаров в форматах с более низкими ценами; закрытие объектов малого бизнеса и микропредприятий |

Источник: составлено авторами на основе источников [1, ст. 34–37, 2, ст. 45].

Анализ процессов производства капитала в торговле в исторической ретроспективе показал, что состояние экономики было всегда основополагающим для трансформации торговли: создания торговых цепей, развития сетевых технологий и укрупнения торгового бизнеса. Первая полноценная сеть была создана в 1962 г. (Walmart). В Российской Федерации и Республике Беларусь, которые ранее были объединены единой экономикой, сетевой принцип ведения торгового бизнеса получил развитие только с переходом к рыночной экономике с середины 1990-х годов. Однако механизм создания и функционирования розничных торговых сетей на территории Республики Беларусь отличается и от мирового, и от российского, так как экономика Беларуси является открытой малой экономикой с небольшой емкостью потребительского рынка.

Потребность в укрупнении бизнеса предопределена необходимостью повышения экономической эффективности экономик разного уровня (страны, региона, хозяйствующих субъектов) и процессов, сопровождающих ее удовлетворение. Несмотря на высокий результат деятельности крупных субъектов, государство обязано иметь в стране эффективную антимонопольную деятельность, только в этом случае возможна реализация эффектов от крупного бизнеса без нарушения равновесия на рынке [4, ст. 70].

Заинтересованность торговых субъектов в концентрации и централизации капитала обусловлена их эффектами и экономическими возможностями для развития: путем максимизации их доходов, эффектов масштаба, уменьшения транзакционных издержек, получения синергетического эффекта и преимуществ от сочетания ресурсов первоначально независимых экономических субъектов и ресурсов торговой сети, расширения сферы деятельности нового, более крупного хозяйствующего субъекта, увеличения его инвестиционного потенциала; повышения конкурентоспособности не только на отечественных, но и на зарубежных рынках (например, ООО «ЕВРОТОРГ» провел успешное размещение еврооблигаций и планирует при наступлении соответствующих условий реализовать проект публичного размещения акций в форме продажи глобальных депозитарных расписок на акцию на Лондонской фондовой бирже).

Любая деятельность будет целесообразной только в том случае, если она сопровождается эффектами от ее осуществления. В таблице 2 приведена характеристика основных эффектов от развития сетевого бизнеса.

Таблица 2 – Сводная характеристика крупного бизнеса в торговле

| Эффекты от укрупнения торгового бизнеса | | | |
|---|---|--|---|
| На потребительском рынке | Для общества | Для потребителей | Для товаропроизводителей и поставщиков |
| Рост объемов и качественное изменение структуры потребностей населения и общества | Рост культуры торговли и торгового обслуживания | Широкий выбор взаимозаменяемой продукции | Информационно-инновационное обновление процессов взаимодействия с контрагентами |
| Расширение источников формирования спроса на товары и услуги | Мультиформатность торговых объектов | Низкие цены на единичные изделия, разнообразие методов и способов оплаты | Гарантированный объем продаж продукции, поставленной сети |
| Развитие ассортиментной структуры товарооборота и представляемых услуг | Рост вклада в ВВП, увеличение налоговых поступлений в бюджет | Стандартный и ожидаемый сервис | Устойчивый уровень дистрибуции |
| Внедрение информационных технологий на всех этапах торгово-производственного процесса | Повышение степени централизации функций логистики и дистрибуции | Удобство местоположения | Упрощенная схема расчетов оплаты за поставленную в сеть продукцию |

| | | | |
|--|---|--|--|
| Развитие торговых сетей, экономическая концентрация, консолидация и укрупнение торгового бизнеса | Повышение финансовой независимости торговых субъектов | Доступность товаров для всех потребителей, независимо от их уровня достатка | Сокращение затрат на реализацию продукции, так как производственная программа соответствует заказам торговых сетей |
| Развитие конкуренции на рынке торговых услуг | Участие розничных сетей в реализации социальных программ | Возможность потребителя приобрести в одном торговом объекте товар, услуги, в том числе услуги развлекательного характера | Создание системы стандартизации продукции, что позволяет повысить качество изготовленных товаров и качество торговых услуг |
| Организация торгового дела в соответствии с международными стандартами | Предоставление новых дополнительных рабочих мест, особенно в регионах | | |

Источник: составлено авторами.

Анализ эффектов, обобщенных в таблице 2, позволяет сделать однозначный вывод о несомненных преимуществах ведения сетевого бизнеса, развития крупных субъектов.

Отмечая высокую эффективность сетевого принципа ведения бизнеса, все же следует согласиться, что эти процессы имеют определенные противоречия прежде всего между крупным и малым бизнесом.

В таблице 3 отражена динамика развития розничного товарооборота по типам субъектов хозяйствования, что подтверждает факт конфликта между крупным и малым бизнесом.

Таблица 3 – Розничный товарооборот Республики Беларусь по типам субъектов хозяйствования

| Типы субъектов хозяйствования | Годы | | | | | | Изменения 2021 г. к 2016 г. |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------------------------------|
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | |
| Розничный товарооборот, всего, млн руб. | 36923,4 | 40237,3 | 45165,2 | 49557,5 | 53539,0 | 60097,5 | 162,8 |
| Крупные организации, млн руб. | 22019,3 | 22571,0 | 26133,9 | 30013,5 | 34068,8 | 39418,1 | 179,0 |
| Субъекты среднего предпринимательства, млн руб. | 7145,2 | 9636,2 | 10410,9 | 10860,9 | 11279,8 | 11861,8 | 166,0 |
| Субъекты малого предпринимательства млн руб. | 5469,0 | 5228,3 | 4942,2 | 4667,8 | 4292,9 | 4348,3 | 79,5 |
| Удельный вес розничного товарооборота интернет-магазинов в розничном товарообороте организаций торговли, процентов | 2,8 | 3,4 | 3,7 | 4,1 | 5,4 | 5,6 | + 2,8 п. п. |

Источник: составлено авторами на основе данных Национального статистического комитета Республики Беларусь [5].

Как свидетельствует вышеизложенная информация, при приросте общего объема товарооборота за анализируемый период на 62,8 %, объекты крупного бизнеса обеспечили прирост продаж соответственно на 79 %, а субъекты малого бизнеса снизили объемы продаж на 20,5 %. Ситуация на рынке резко изменилась и с активизацией продаж товаров в интернет-магазинах.

Для разрешения противоречий процесса развития крупного бизнеса, улучшения имиджа торговых сетей, повышения финансовой устойчивости всей торговли рекомендуется реализовать следующие меры:

– в сложной экономической ситуации субъект должен иметь программы антикризисных мер (сокращение расходов, оптимизация ассортимента по количеству и по цене, улучшение изучения покупательского спроса и поведения потребителей, по возможности осуществлять кооперацию другими участниками рынка по приобретению товаров на более выгодных условиях, корректировка ценовой политики);

– поскольку в Республике Беларусь реализуются начальный этап интеграции, в то время как в Российской Федерации уже действует системная концепция этого процесса, целесообразно разработать подобный механизм и для Республики Беларусь;

– решению проблемы обеспечения добросовестной конкуренции между торговыми сетями и малым бизнесом будет способствовать создание под эгидой Союза предпринимателей на акционерно-кооперативных началах объединений предприятий малого бизнеса с соответствующим изменением механизма формирования ими конкурентных преимуществ;

– следует активизировать возможности государственно-частного партнерства в решении конфликтных проблем, возникающих на потребительском рынке.

Процессы формирования крупного торгового бизнеса целесообразно поддержать проведением научных исследований в следующих направлениях: создание Кодекса добросовестных практик; механизма оптимизации сочетаний онлайн- и офлайн-торговли; разработка стратегии развития отечественного ритейла; формирование сетей на кластерной основе; определение условий для создания в стране механизма системной интеграции.

Источники

1. Чеглов, В. П. Интеграция торговли в России: теория и практика : монография / В. П. Чеглов. – Москва : Проспект, 2016. – 176 с.

Cheglov, V. P. Integration of trade in Russia: theory and practice : monograph / V. P. Cheglov. – Moscow : Prospect, 2016. – 176 p.

2. Томассен, Т. Ритейлизация / Т. Томассен, К. Линкольн, Э. Эконис. – Москва : Добрая книга, 2010. – 350 с.

Tomassen, T. Retailization / T. Tomassen, K. Lincoln, E. Ekonis. – Moscow : Dobraya kniga, 2010. – 350 p.

3. Валевиц, Р. П. Механизм гармонизации интересов субъектов при формировании ассортиментной структуры товарооборота / Р. П. Валевиц // Научные труды БГЭУ. – Минск: БГЭУ, 2020. Выпуск № 13. – С. 98–101.

Valevich, R. P. Mechanism of harmonization of interests of subjects in the formation of the assortment structure of trade turnover / R. P. Valevich // Scientific works of BSEU. – Minsk: BSEU, 2020. Issue № 13. – P. 98–101.

4. Тамашевич, М. Р. Контроль за экономической концентрацией в Республике Беларусь / М. Р. Тамашевич; науч. рук. Р. П. Валевиц // Современный механизм функционирования торгового бизнеса и туристической индустрии: реальность и перспективы : материалы VI Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, Минск, 2–3 декабря 2021 г. – Минск : БГЭУ, 2022. – С. 70–71.

Tamashevich, M. R. Control over economic concentration in the Republic of Belarus / M. R. Tamashevich; scientific director R. P. Valevich // Modern mechanism of functioning of trade business and tourism industry: reality and prospects : materials of the VI International Scientific and Practical Conference, Minsk, December 2–3, 2021. – Minsk : BSEU, 2022. – P. 70–71.

5. Статистический ежегодник Республики Беларусь / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2022. – 487 с.

Statistical Yearbook of the Republic of Belarus / National Statistical Committee of the Republic of Belarus. – Minsk, 2022. – 487 p.

Статья поступила в редакцию 01.12.2022 г.