

РЫНОК СТРИТ-РЕТЕЙЛА В Г. ГРОДНО И ПРОБЛЕМЫ ЕГО РАЗВИТИЯ

Стрит-ритейл — объекты торговли или сферы услуг, а также офисы, располагающиеся обычно на первом этаже жилого дома, с выходом на улицу. В переводе с английского буквально означает «уличная торговля» [1]. Площадь помещений объектов этого формата варьируется от 50 до 500 м², но основная часть помещений — в пределах от 70 до 150 м² [1].

Рассматривая формат «стрит-ритейл», необходимо сказать о его преимуществах: высокий уровень дохода для инвестора; большой поток покупателей; доступная стоимость аренды; возможность самостоятельно оформить витрины и интерьер, наглядность и хороший обзор помещений.

По состоянию на 01.10.2024 г. торговое обслуживание населения г. Гродно осуществляют: 4965 объектов розничной торговли с торговой площадью 329,1 тыс. м²; 612 объектов общественного питания на 29,6 тыс. мест. Торговые помещения в классическом стрит-ритейле, как правило, находятся на вторичном рынке недвижимости, в то время как стрит-ритейл в спальных районах чаще представлен на первичном рынке, включающем коммерческие площади на первых этажах новостроек. Наибольший удельный вес на вторичном рынке стрит-ритейла г. Гродно имеет сегмент общественного питания, государственные и коммерческие учреждения (аптеки, оптики, продукты).

Ставки аренды на вторичном рынке стрит-ритейла варьируются в зависимости от расположения на определенной улице. На каждой улице значение ставок аренды варьируется от 4 до 12 евро за м² в спальных районах и от 12 до 30 евро за м² в центре [3].

Развитие стрит-ритейла сталкивается с рядом проблем, среди которых: жесткая конкуренция, обеспечение достаточного количества парковочных мест, создание комфортной для покупателей среды, удачное расположение витрин и соответствие технических параметров помещения современным требованиям.

Развитие рынка стрит-ритейла в г. Гродно требует комплексного подхода, включающего как градостроительные решения, так и государственную поддержку, а также инновационные маркетинговые стратегии отдельных организаций.

Источники

1. Дрозжина, А. Н. Особенности, проблемы и перспективы развития стрит-ритейла / А. Н. Дорожжина // КиберЛенинка. — URL: <https://>

cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-problemy-i-perspektivy-razvitiya-strit-riteyla-v-moskve/viewer (дата обращения: 20.11.2024).

2. Что происходит на рынке недвижимости в сегментах Retail & Street // BelRetail.by. — URL: <https://belretail.by/article/chto-proishodit-na-rynke-nedvijimosti-v-segmentah-retail-street> (дата обращения: 20.11.2024).

3. Стоимость квартиры в Минске // АН «Этажи». — URL: <https://minsk.etagi.com/analytics/> (дата обращения: 20.11.2024).

Гао Фэн

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О. Ю. Остальцева, канд. экон. наук, доцент

ПРОДАЖА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ПОСРЕДСТВОМ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В КИТАЕ

В цифровую эпоху продажа сельскохозяйственной продукции и продуктов питания в Китае переживает значительные изменения. Развитие технологий и внимание к качеству и безопасности продуктов питания способствовали этой трансформации, что привело к изменению традиционных моделей торговли.

Документ центрального правительства 2023 г. подчеркивает необходимость развития в сельских районах коммерческих и логистических систем, направленных на поддержание новых моделей распределения и продаж в целях повышения уровня онлайн-торговли продуктами питания.

Цифровая трансформация затрагивает всю цепочку поставок, от фермы до стола, что повышает эффективность и снижает затраты. Инновации в посадке, переработке и продаже продуктов способствуют структурной реформе и диверсификации спроса. Сектор пищевой промышленности активно реагирует на вызовы, используя такие технологии, как Интернет вещей и искусственный интеллект, с целью контроля качества и улучшения отслеживания поставки и реализации продуктов питания.

С января по октябрь 2023 г. добавленная стоимость в сельскохозяйственной и перерабатывающей промышленности увеличилась. Выручка предприятий достигла 7,4 трлн юаней, а онлайн-продажи составили 15,4 трлн юаней [1].

Онлайн-торговля сельскохозяйственной продукцией в 2023 г. выросла на 12,5 %, достигнув 587,03 млрд юаней. В восточных регионах Китая доминируют онлайн-продажи продуктов питания, поскольку там развита логистическая инфраструктура и наблюдается высокий уровень доходов населения.