

## **ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТАТИСТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ В ОЦЕНКЕ СЕТИ ТОРГОВЫХ ОБЪЕКТОВ**

Для торговли как сферы экономики характерны следующие особенности: территориальная сегментация, высокая скорость оборота капитала, преобладание участников малого бизнеса, постоянный взаимный контакт с потребителями, высокий динамизм развития. При этом приоритетной задачей является максимальное приближение торговых объектов, в которых сосредоточено товарное предложение, к потенциальным покупателям.

На начало 2015 г. в Республике Беларусь функционировало 53 628 торговых объекта, их которых стационарных торговых объектов — 49 088 единиц, нестационарных торговых объектов — 4540. Следовательно, одной из тенденций в развитии сети торговых объектов в республике является увеличение доли стационарных торговых объектов в торговом обслуживании населения. В структуре торговых объектов на долю стационарных торговых объектов приходится 91,5 % (для сравнения: в 2010 г. этот показатель составлял 86,6 %). Увеличение доли стационарных торговых объектов в структуре сети обусловило и прирост торговых площадей. За 2010–2015 гг. торговая площадь магазинов увеличилась на 1300 тыс. м<sup>2</sup> [1, с. 104].

Одной из проблем в оценке структуры сети торговых объектов является несоответствие данных статистического учета действующей в стране классификации торговых объектов (Инструкция о порядке классификации розничных торговых объектов по видам и типам, утверждена постановлением Министерства торговли Республики Беларусь № 25 от 26.06.2014). Так, согласно статистическому сборнику «Розничная и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь» к магазинам отнесены аптеки и торговые центры. Их количество и торговые площади учитываются в совокупности с аналогичными показателями магазинов и затем указывается, что из общего количества магазинов столько-то аптек и торговых центров. При этом детализация по торговой площади не приводится. В результате, если взять приведенные с указанным статистическом сборнике показатели среднего размера магазина (102 м<sup>2</sup> на начало 2015 г.), то в нем заложены и торговые площади аптек и торговых центров. Такой статистический учет не позволяет оценить как количественные, так и качественные показатели структуры сети торговых объектов.

Формирование статистической отчетности, которая широко используется и при проведении научных исследований, должно осуществляться с учетом отраслевых подходов к выделению видов и типов торговых объектов. Согласно Закону Республики Беларусь «О го-

сударственном регулировании торговли и общественного питания» магазин — стационарный торговый объект, имеющий торговое помещение. При этом торговый центр — совокупность расположенных на определенной территории, спланированных как единое целое и (или) централизующих функции хозяйственного обслуживания розничных торговых объектов и иных объектов, в которых реализуется универсальный ассортимент товаров и оказываются услуги населению. Следует отметить, что ни в Законе «О государственном регулировании торговли и общественного питания», ни в указанной выше инструкции аптеки к торговым объектам, тем более к магазинам не отнесены. При этом следует отметить, что торговые объекты, в том числе и магазины, предназначены для продажи товаров (имущество (предметы личного, семейного, домашнего потребления, продукция производственно-технического назначения и иное имущество), предназначенное для продажи). При этом аптеки предназначены для продажи лекарственных препаратов и медицинских товаров.

Таким образом, в первую очередь Министерство торговли как республиканский орган управления должно быть заинтересовано в соответствии статистической информации методическим подходам выделения торговых объектов, что будет способствовать возможности использования этой информации в научных исследованиях.

### **Литература**

1. Розничная и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь : стат. сб. — Минск : Нац. стат. ком., 2015. — 224 с.

*Г. А. Короленок, д-р экон. наук, профессор  
БГЭУ (Минск)*

## **ПРОДВИЖЕНИЕ БЕЛОРУССКИХ ТОВАРОВ НА РЫНКИ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА**

Развитие экспорта для белорусских производителей продукции является важнейшей задачей в условиях сложившейся экономической ситуации.

В Национальной стратегии устойчивого развития социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года отмечена необходимость развития национальной системы стимулирования экспорта.

В плане развития данной стратегии учеными Национальной Академии наук Беларуси был разработан Прогноз развития страны до 2030 года, в котором были также определены основные параметры развития экспорта. Среди основных направлений в развитии экспорта белорусских товаропроизводителей, наряду со странами Евросоюза и