

РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕЙ ТОРГОВЛИ БЕЛАРУСИ НА РУБЕЖЕ XIX–XX ВВ.

Функционирование внутренней торговли Беларуси в дореволюционный период определялось специфическими особенностями развития России как единой экономической системы. В соответствии с принятым территориальным делением в Российской империю Беларусь входила как Северо-Западный край.

По данным налоговой статистики Российского государства за 1912 г. плотность розничной торговой сети в среднем по стране была весьма значительной: на одно торговое предприятие (без развозной и разносной торговли и казенных винных лавок) приходилось 154 чел. Значения выше среднего наблюдались в северных (173), восточных (188), средне-промышленных (164), средне-черноземных (208) и северо-западных (164) губерниях. В то же время повсеместно преобладали мелкие лавки (в среднем уд. вес — 53,2 %) и ларьки (в среднем удельный вес — 30,9 %). Наиболее густой торговой сетью магазинов (в среднем удельный вес — 15,9 %) в расчете на 1000 населения обладали столичные (3,0) и прибалтийские губернии (2,0), а также Северный Кавказ (1,9). В большинстве других районов, включая и северо-западный (0,7), эти показатели были значительно ниже [1, с. 91–92]. Таким образом, характерным для дореволюционной розничной торговой сети являлось преобладание мелких и мельчайших торговых предприятий. Это подтверждают и подсчеты С.Г. Струмилина, согласно которым в 1913 г. на 1 торговом предприятии трудилось 1,32 человека, включая владельцев и наемных приказчиков [2, с. 245]. Тем не менее 90 % розничного товарооборота, исчисленного по всей стране за 1912 г., принадлежало магазинам и мелким лавкам. Размер товарооборота этих 2 типов торговых предприятий в среднем на 1 чел. равнялся 36 руб. 10 коп., в столичном регионе — 202 руб., в прибалтийском — 76 руб. 50 коп., в северо-западном — 21 руб. 60 коп. При этом в отдельных губерниях последнего он был крайне мал: Минской — 16 руб., Могилевской — 13 руб. 70 коп. Наряду с частной и государственной формами торговли в России в конце XIX — начале XX в. широкое развитие получила кооперативная. В 1913 г. ее доля в розничном товарообороте Беларуси в процентном выражении составила 1,2 % (частная — 78,9 %, государственная — 19,9 %) [3, с. 29]. Начиная с последней четверти XIX в. новым явлением стало открытие оптовых складов и представительств торговых фирм. Только в Минске в 1899 г. имелось 26 складов оптовой торговли. Тогда же новой фигурой в торговом мире стал коммивояжер — разъездной агент.

Сравнение годового товарооборота на душу населения в разных странах перед Первой мировой войной показывает, что в России его

уровень был ниже в 2,4 раза по отношению к Франции; в 3,2 — к Германии; в 4,2 — к США; в 4,7 — к Англии [1]. Исторические материалы свидетельствуют о важной роли колониальных форм грабежа в развитии торговли и первоначальном накоплении капитала в передовых странах. Вместе с тем в Российской империи этот процесс происходил преимущественно за счет ограбления и жестокой эксплуатации крепостных крестьян и ремесленников внутри страны. Характеризуя сложившееся положение, в 1910 г. А. Луцкевич отмечал: «В относительном (в сравнении с большей частью России) прогрессе сельского хозяйства у белорусов сильно сказывается близость границы, культурное влияние Запада, шедшее через Польшу, и торговые сношения с Европой, установившиеся еще несколько веков назад благодаря удобным путям сообщения (например, по рекам Неману и Западной Двине). На укрепление и развитие торговли за границей оказала свое влияние и хорошо организованная внутренняя торговля».

Литература

1. Дихтяр, Г. А. Внутренняя торговля в дореволюционной России / Г. А. Дихтяр. — М. : Изд-во АН СССР, 1960.
2. Струмилин, С. Г. Очерки советской экономики / С. Г. Струмилин. — М., 1928.
3. Михневич, Л. М. Торговля Белоруссии (1900–1970 гг.) / Л. М. Михневич. — Минск : Наука и техника, 1973.

А. А. Сазанович, магистр экон. наук
БГЭУ (Минск)

ПОДХОДЫ К ВЫДЕЛЕНИЮ ЗОН ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Оптимальное размещение торговых объектов по территории является основой для привлечения потенциальных покупателей, а тем самым для удовлетворения спроса населения и как фактор обеспечения здоровой конкуренции в сфере торговли. Поэтому выделение зон торгового обслуживания является одной из приоритетных задач, которую необходимо решить для дальнейшего нормального функционирования экономики страны в целом.

Для формирования зон торгового обслуживания применяют два основных подхода: эмпирический и теоретический. Первый состоит в обширных исследованиях среды, в условиях которой предстоит работать магазину, — географических, экономических, демографических факторов и др. А затем на основании разбора, обобщения и анализа полученных данных делают заключения относительно границ зон торгового обслуживания. Эмпирический подход обеспечивает жела-