

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Активное развитие инноваций в торговле способствовало как появлению новых торговых форматов, так и росту в целом общего числа торговых организаций не только в Минске, но и в региональных центрах. Число торговых объектов в республике за последнее десятилетие увеличилось более чем в 1,5 раза — с 34 237 до 53 628, а их торговая площадь — с 2856,3 до 5004,8 тыс. м². Розничный товароборот за этот же период по республике увеличился с 24 до 318 трлн руб., или более чем в 3 раза в сопоставимых ценах. Удельный вес торговли в структуре валового регионального продукта Республики Беларусь составил 14,3 % [1]. На начало 2015 г. число объектов розничной торговой сети было равно 53 628 заведениям. При этом максимальное их число (9136) отмечалось в Брестской области.

В 2014 г. розничный товароборот торговли по Гродненской области в фактических ценах составил 34 841,4 млрд руб. Это в 1,18 раза больше, чем в с 2013 г., или в 1,06 раза в сопоставимых ценах. По общей сумме розничного товароборота Гродненская область занимает предпоследнее место как в 2013 г. с показателем 29 548,6 млрд руб., так и в 2014 г. с показателем 34 841,4 млрд руб., опережая лишь Могилевскую область. Несмотря на это, рассчитывая розничный товароборот на душу населения, мы видим, что Гродненская область в 2013 и 2014 гг. имеет второе место после Минска с показателем 27,964 млн руб. (33,065 млн руб. — г. Минск). Это показывает, что организации торговли на территории Гродненской области действуют в целом более эффективно, чем субъекты торговли в других регионах Республики Беларусь.

Число объектов розничной (торговой) сети в 2014 г. по Гродненской области составило 6596 единиц и увеличилось по сравнению с 2013 г. на 453 единицы, или 7,3 %. Из них магазинов в 2014 г. — 5960 единиц, или 90,3 %. В 2013 г. число магазинов составляло 5656 единиц, или 92 %. Удельный вес объектов розничной сети Гродненской области в общем показателе по стране составляет 12,3 %. Это самый низкий показатель в сравнении с другими областями. Если проводить ранжирование основных торговых городов Беларуси по числу торговых центров, то можно их выстроить следующим образом: Минск — Брест — Витебск — Гродно — Могилев — Гомель.

Увеличение числа магазинов розничной торговли сопровождалось увеличением торговой площади с 496,9 тыс. м² в 2013 г. до 535,1 тыс. м² в 2014 г. Данный показатель по Гродненской области также является самым низким, так как он напрямую зависит от числа магазинов розничной торговли.

Имея такие показатели, как число магазинов и их общая площадь, можно найти среднюю площадь одного объекта. В 2013 г. средняя площадь одного магазина по Гродненской области составляла 87,9 м², в 2014 г. этот показатель увеличился на 1,0 % и составил 89,8 м². Данный показатель по Гродненской области находится на среднем по республике уровне.

Проведенный анализ показал, что в Гродненской области розничная торговля развивается интенсивнее, чем в других областях республики. По абсолютным показателям (розничный товарооборот, число объектов розничной сети, общая торговая площадь) Гродненская область занимает последние места среди остальных областей, так как она как по площади, так и по численности населения является наименьшей в стране. Однако по относительным показателям (розничный товарооборот на душу населения, средняя площадь одного магазина) Гродненская область имеет лидирующие позиции в стране после г. Минска.

Литература

1. Статистический ежегодник Гродненской области : периодическое издание / Глав. стат. управление Гроднен. обл. ; редкол.: С. Л. Щирая [и др.]. — Гродно, 2015.

2. Статистический ежегодник : периодическое издание [Электронный ресурс] // Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 16.02.2016.

А.С. Сергиевич
Н.В. Кривецкая
БГЭУ (Минск)

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТОРГОВЛЕ

Розничная торговля является одной из важнейших отраслей народного хозяйства. Именно данная отрасль занимается доставкой товаров до конечных потребителей, поэтому от слаженности работы розничных торговых сетей зависит своевременное удовлетворение потребителей необходимыми товарами.

В 2015 г. показатель оборота сектора торговли в ВВП Республики Беларусь составил 12,5 %. Сфера торговли составляет 1/8 объема внутреннего валового продукта, ее услугами пользуется все население страны, которое не только приобретает товары, но и получает выгоды от посещения торговых точек. В настоящее время отечественные производители конкурируют на домашнем рынке с такими международными гигантами, как ZARA, Calvin Klein, ECCO и другими крупными торговыми марками, задающими новые стандарты качества продук-