

- научно обосновать и систематизировать перечень показателей качества и безопасности продукции с целью их последующего контроля и внесения в техническую документацию;
- прогнозировать потребительский спрос на продукцию;
- выявить наиболее важные показатели, требующие особого внимания при разработке продукта и контроля для обеспечения ожидаемого качества;
- правильно расставить акценты при проектировании продукции;
- определить наиболее перспективные пути достижения ожидаемого качества;
- установить способы обеспечения ожидаемого качества продукции;
- провести квалитетическую оценку качества продукции, основанную на расчете показателя, характеризующего качество в целом.

Таким образом, проведение научных исследований по созданию и внедрению квалитетических моделей прогнозирования качества пищевых продуктов на этапе проектирования, а также по определению номенклатуры показателей качества является актуальным и практически значимым.

Литература

1. Янковская, В. С. Структурирование функции качества для проектирования творожных продуктов / В. С. Янковская, О. Н. Самохина, Н. И. Дунченко // Живые системы и биологическая безопасность населения : материалы VI междунар. науч. конф. студентов и молодых ученых. — М. : МГУПБ, 2007. — С. 218–219.

Р.А. Селицкий

Научный руководитель — кандидат экономических наук А.В. Владыко

АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье ставится задача проанализировать тенденции развития розничной торговли Гродненской области и оценить ее позиции относительно других регионов Республики Беларусь на основе изучения динамики показателей розничного товарооборота, рентабельности продаж, объектов розничной торговой сети, средней площади одного торгового объекта.

Активное развитие инноваций в торговле способствовало как появлению новых торговых форматов, так и росту в целом общего числа торговых организаций не только в г. Минске, но и в региональных центрах. Число торговых объектов в республике за последнее десятилетие увеличилось практически в 2 раза — с 34 237 до 65 607, а их торговая площадь — с 2856,3 до 5404,8 тыс. м². Розничный товароборот за этот же период по республике увеличился с 24 трлн р. до 347 трлн р., или более чем в 3 раза в сопоставимых ценах. Удельный вес торговли в структуре валового регионального

продукта Республики Беларусь составил 14,3 % [2]. На начало 2016 г число объектов розничной торговой сети было равно 54 087. При этом максимальное их число (8959) отмечалось в Брестской области.

По Гродненской области в 2015 г. розничный товарооборот торговли в фактических ценах составил 37 377,1 млрд р. Это в 1,07 раза больше по сравнению с 2014 г., или в 0,96 раза меньше в сопоставимых ценах. По общей сумме розничного товарооборота Гродненская область занимала предпоследнее место как в 2014 г. при показателе в 34 841,4 млрд р., так и в 2015 г. при его увеличении до 37 377,1 млрд р., опережая лишь Могилевскую область. Однако по показателю розничного товарооборота на душу населения Гродненская область и в 2014, и в 2015 гг. занимала второе место после г. Минска, достигнув значений 33,065 и 35,551 млн р. соответственно. Это свидетельствует о том, что организации торговли на территории Гродненской области действуют в целом более эффективно по сравнению с торговыми субъектами других регионов Республики Беларусь.

Однако отрицательная динамика показателя рентабельности продаж по Гродненской области указывает на снижение деловой активности торговых субъектов. Рентабельность продаж в 2015 г. по сравнению с 2014 г. уменьшилась на 1,4 % и составила 6,6 % против 8 % в 2014 г. Следует констатировать, что это самый низкий показатель рентабельности продаж по стране при среднем его значении по республике в 7,6 %. Одним из факторов снижения данного показателя в Гродненской области можно назвать выход на рынок крупных «сетевиков», таких как «Евроопт», «Алми», «Виталюр», «ОМА», которые вытесняют небольшие магазины и заставляют их снижать цены и, как следствие, — прибыль.

В целом число объектов розничной (торговой) сети по Гродненской области составило в 2015 г. 6992 единицы, что больше по сравнению с 2014 г. на 396 единиц, или 5,7 %. Из них число магазинов в 2015 г. — 6220 единиц, или 89 %, соответственно в 2014 г. — 5960 единиц, или 90,3 %. При этом удельный вес объектов розничной сети Гродненской области в общем показателе по стране составляет 12,9 %. К сожалению, это самый низкий показатель в сравнении с другими областями. Если проводить ранжирование крупных городов Беларуси по числу торговых центров в порядке убывания, то получим следующую зависимость: Минск — Брест — Витебск — Гродно — Могилев — Гомель. Учитывая, что по территориальному аспекту исследуемый регион не занимает лидирующих позиций, можно констатировать о сохранении тенденции поступательного роста числа указанных объектов торговли.

Увеличение числа магазинов розничной торговли сопровождалось увеличением торговой площади с 535,1 тыс. м² в 2014 г. до 577,3 тыс. м² в 2015 г. Данный показатель также является самым низким по сравнению с другими регионами, так как напрямую зависит от числа магазинов розничной торговли.

Манипулируя представленными выше показателями (числом магазинов и общей площадью), определим среднюю площадь одного объекта. В 2014 г. она составила по Гродненской области 89,8 м², в 2015 этот показатель уве-

личился на 3,3 % и равнялся 92,8 м². Оценив значение данного показателя в разрезе всех регионов [2], можно сделать вывод, что в Гродненской области наблюдается устойчивая динамика его роста.

К негативной тенденции в развитии торговой деятельности в исследуемом регионе следует отнести невыполнение комплекса мер по увеличению объемов реализации отечественных товаров. Доля продаж указанных товаров в розничном товарообороте на начало 2016 г. составила 70,8 % и снизилась по сравнению с предыдущим годом на 7,7 % [1].

При этом самый низкий показатель по доле продаж товаров отечественного производства в розничном товарообороте области за 2015 г. у сети «Евроторг» — менее 70 % (при заявлении директора филиала «Евроторг» в Гродненской области Александра Аскарова об увеличении доли продаж товаров отечественного производства до 80 % еще к концу 2014 г.).

Проведенный анализ свидетельствует прежде всего об интенсивном развитии розничной торговли Гродненской области по сравнению с другими регионами республики. Отрицательную динамику проанализированных выше показателей (розничный товарооборот, число объектов розничной сети, общая торговая площадь) по сравнению с другими областями можно объяснить и тем фактором, что Гродненская область 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. *Щирая, С. Л.* Статистический ежегодник Гродненской области : периодическое издание / С. Л. Щирая. — Гродно : Гл. стат. упр. Гродненской области, 2016.
2. *Медведева, И. В.* Статистический ежегодник: периодическое издание / И. В. Медведева. — Минск: Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2016.

Д.А. Сикирицкая

Научный руководитель — кандидат экономических наук И.А. Леднёва

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ТОРГОВОЙ СФЕРЫ В ДОЛГОСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ

В статье акцентировано внимание на важности эффективного и сбалансированного развития торговой сферы в системе национальной экономики, рассмотрены цель, основные направления и целевые показатели ее развития в долгосрочной перспективе. Также уделено внимание достигнутым результатам функционирования отечественной торговли по итогам 2015 г., показателям обеспеченности торговыми площадями и посадочными местами в объектах общественного питания.