

- энергоэффективное жилье;
- система «умный дом»;
- дома с собственным микроклиматом;
- таунхаусы.

«Умный дом» является одной из наиболее перспективных тенденций развития рынка недвижимости. Он сберегает энергию и материальные средства владельцев, легок в обращении, экологичен.

С нашей точки зрения, данные тенденции на отечественном рынке помогут быть конкурентоспособными на рынке недвижимости в мировом масштабе.

<http://edoc.bseu.by>

С.Г. Зайковская, В.А. Олексин
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель С.Л. Флерко — канд. экон. наук, доцент

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ В МИНСКЕ

Термин «формат торговли» в экономической литературе появился сравнительно недавно. Например, В.В. Никишкин в работе «Маркетинг розничной торговли. Теория и методология» под форматом торговли понимает совокупность характеристик предприятия розничной торговли, определяющих рыночную позицию магазина (ассортимент товаров, размер торговой площади, формы и методы обслуживания потребителей). Устойчивая тенденция последнего времени — стремительное развитие крупного торгового бизнеса, что возможно исключительно при сетевых решениях. Это объясняется тем, что огромные оптовые партии товара, которые закуплены для реализации в розничных сетях, и профессиональная логистика позволяют поддерживать относительно низкие цены.

Сегодня в Минске сформирована крупнейшая в республике инфраструктура розничной торговли, которая насчитывает 5680 магазинов (960 тыс. м²), из них 1565 — продовольственных (395 тыс. м²), 4115 — непродовольственных (565 тыс. м²), 84 торговых центра (198,6 тыс. м²), 22 рынка. Столицу обслуживают 40 супермаркетов, 21 гипермаркет и 4 универмага.

Сеть общественного питания насчитывает 2558 объектов на 156,6 тыс. мест, в том числе в общедоступной сети — 1960 объектов на 97,5 тыс. мест.

На современном этапе идет оптимизация сети и качественное улучшение инфраструктуры за счет строительства современных торговых объектов, развития сетевого принципа, реконструкции действующих магазинов.

Ежегодный прирост стабильно составляет до 100 тыс. м² торговых площадей магазинов (или 200–250 объектов), что позволяет сегодня иметь в Минске сбалансированную систему малых и средних предприя-

тий торговли, супер- и гипермаркетов и достичь высокой адаптивности торговой сети к потребностям населения.

Городом выполнен социальный стандарт: обеспеченность торговыми площадями на 1000 жителей составляет 615 м² при нормативе 600 м², местами в общественном питании — 50 мест при нормативе 45 мест (для сравнения: Брестская область — 537 м² и 40,3 места, Гомельская — 510 м² и 38 мест, Республика Беларусь в целом — 551 м² и 40,8 мест).

В странах СНГ обеспеченность составляет от 300 до 700 м² на 1000 человек, во многих странах Западной Европы — 1000 м² и более. В настоящее время обеспеченность торговыми площадями в Киеве составляет 417 м², в Москве — 743 м², в Париже — 860 м².

Экономические перемены касаются и общественного питания. Основными направлениями развития современных технологий обслуживания в ресторанах, кафе, барах являются:

- создание концептуальных предприятий общественного питания;
- расширение сети виртуальных ресторанов, обеспечивающих прием заказов по сети интернет и доставку их потребителям;
- приготовление блюд в присутствии посетителей;
- организация обслуживания по системе кейтеринг (услуги по организации питания сотрудников компаний и частных лиц на удаленных точках);
- внедрение мерчандайзинга (сбыт продукции и услуг) и др.

В настоящее время розничные сети имеют следующие направления: собственные монобрендовые сети (представляют свой товар самостоятельно, а не отдают это на откуп другим), мультибрендовые сети (предлагают товар от разных производителей).

М.А. Ильчишина, З.В. Закревский
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель С.Л. Флерко — канд. экон. наук, доцент

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время невозможно представить образ современного человека без интернета. В прошлом основной целью использования всемирной сети являлся обмен почтовыми сообщениями, файлами. Но сегодня интернет стал сформированной инфраструктурой, охватывающей государственные и коммерческие организации, биржи, аукционы, страховые, консалтинговые и аудиторские компании, банки, информационные центры, библиотеки, базы данных научной и правовой информации. Интернет можно рассматривать как быстро расширяющийся рынок с неограниченными перспективами. Вот почему торговые и финансовые организации активно внедряют различные способы ведения коммерческой деятельности в сети — электронной коммерции (e-commerce) [1].