

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

УДК 339.16(476)

Климченя Людмила Сергеевна

**ФОРМИРОВАНИЕ СТРУКТУРЫ И РАЗМЕЩЕНИЕ РОЗНИЧНОЙ
ТОРГОВОЙ СЕТИ**

(на примере торговой сети в городах Республики Беларусь)

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Минск 2000

на в Белорусском государственном экономическом

Научный руководитель: доктор экономических наук,
профессор Акулич И.Л.

Официальные оппоненты: доктор экономических наук,
профессор Медведев В.Ф.

кандидат экономических наук,
ст. научный сотрудник Савинский А.И.

Опонирующая организация: Академия управления при
Президенте Республики Беларусь

Защита состоится 19 января 2001г. в 14⁰⁰ на заседании совета по защите диссертации Д 02.07.02 при Белорусском государственном экономическом университете по адресу: 220072, г.Минск, Партизанский проспект, 26. Зал заседания совета.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Белорусского государственного экономического университета.

Автореферат разослан 18 декабря 2000г.

ный секретарь совета
ащите диссертаций
н., профессор



Р.П.Валевич

Общая характеристика работы

Актуальность темы диссертации. Переход к рыночным условиям хозяйствования вызывает необходимость кардинальных изменений в деятельности всех отраслей народного хозяйства. Особую значимость приобретает формирование адекватной рыночной модели хозяйствования механизма функционирования сферы обращения и услуг, поскольку именно розничная торговля, являясь конечным звеном экономической активности субъектов рынка, обеспечивает удовлетворение нужд и потребностей потребителей.

Важным фактором достижения высокого уровня обслуживания покупателей является обеспечение пропорционального, сбалансированного развития сети предприятий розничной торговли и оптимизация её структуры. Рациональная организация торговой сети требует не только определения потребности в ней, но и специализации каждого отдельного предприятия, исходя из решений принятых для региона или города.

Отсутствие дифференцированных по товарным группам нормативов обеспеченности торговыми площадями населения в республике делает невозможным проведение научно обоснованного анализа состояния и структуры торговой сети. В тоже время определение потребности в торговых площадях для населенных пунктов на уравнительной основе без учета роли города в организации торгового обслуживания населения затрудняет формирование оптимальной структуры розничной сети. Существует и потребность в выработке рекомендаций по улучшению структуры действующей сети, основанных на исследовании специализации и типизации торговых предприятий в городах республики.

Исследованию теоретических и практических вопросов организации розничной торговли посвящены труды И.А.Бланка, Я.М.Бельчикова, И.Н.Бергера, М.М.Дарбиняна, А.Ш.Гусейнова, С.Н.Зорина, В.К.Задорожного, Е.И.Дашкова, С.А.Захаренко, В.И.Иваницкого, Н.И.Кабушкина, Г.А.Королёнка, А.Я.Розе, В.П.Мусатовой, М.Л.Новикова, М.А.Орлова, Л.А.Самсонова, В.К.Памбухчиянца, Ф.Г.Панкратова, В.Р.Прауде, А.М.Сапожникова, С.В.Серебрякова и др. Однако, несмотря на большое число работ по данной проблеме, большинство из них было выполнено в 70-80-е гг., а следовательно в них не рассматриваются вопросы формирования торговой сети в рыночных условиях.

Существует также необходимость, опираясь на теоретическое наследие ученых и практиков, разработать рекомендации по построению розничной торговой сети с учетом специализации и типизации торговых предприятий для Республики Беларусь в целом и отдельных городских поселений.

Возрастающая значимость и актуальность этих проблем для повышения эффективности функционирования розничной торговой сети в период рыночных преобразований определили тему и логику диссертационного исследования.

Связь работы с крупными научными программами, темами. Диссертация выполнена во взаимосвязи с разработанной Министерством торговли

Республики Беларусь программой «Основные направления развития внутренней торговли Республики Беларусь до 2000 года и система мер по её реализации», одобренной Президиумом Совета Министров Республики Беларусь (протокол заседания № 9 от 30 апреля 1998г).

Автор принимал непосредственное участие в научно-исследовательской работе кафедры управления предприятиями торговли Белорусского государственного экономического университета по теме № 29-2000Б «Разработать концептуальные подходы развития торговли на перспективу» (1999-2000).

Цель и задачи исследования. Цель диссертационного исследования состоит в том, чтобы на основе изученных отечественных и зарубежных разработок построения и размещения розничной торговой сети исследовать состояние и структуру розничной торговой сети в городах Республики Беларусь и разработать предложения по рациональному размещению розничной сети и совершенствованию управления процессом её развития.

Для достижения поставленной цели в работе решены следующие задачи:

- ♦ обобщены подходы к построению и размещению розничной торговой сети, применяемые в отечественной и зарубежной практике;
- ♦ уточнена классификация факторов, определяющих развитие розничной торговой сети в условиях становления рыночных отношений;
- ♦ определены особенности развития розничной торговли Беларуси в условиях становления рыночных отношений и показана её роль в решении социально-экономических задач;
- ♦ проведен анализ состояния розничной торговой сети в городах республики;
- ♦ разработана методика определения потребности в объектах розничной торговой сети в целом для Республики Беларусь, а также для её отдельных регионов;
- ♦ разработана методика планирования потребности в торговых площадях в городских поселениях Республики Беларусь;
- ♦ дифференцированы показатели обеспеченности населения торговыми площадями по товарным группам с учетом потребительских предпочтений, сложившихся в республике;
- ♦ сформулированы рекомендации по совершенствованию управления процессом развития розничной торговой сети в городах.

Объект и предмет исследования. Объектом исследования избрана розничная торговая сеть в городах Республики Беларусь. Предметом исследования является структура розничной торговой сети в городских поселениях Республики Беларусь.

Методология и методы проведенного исследования. Теоретической и методологической основой исследования явились законодательные и нормативные материалы, определяющие условия деятельности и развития розничной торговли, работы ведущих отечественных и зарубежных специалистов в области рыночной экономики, управления предприятием. Эмпирической базой исследования стали данные специальной литературы по итогам развития розничной торговли Республики Беларусь, отчетные данные Министерства

статистики и анализа Республики Беларусь и Министерства торговли Республики Беларусь, данные статистических ежегодников, материалы периодической печати и научно-практических конференций.

При выполнении работы использованы методы сравнительного анализа, статистических группировок, системного и ситуационного анализа, корреляционно-регрессионного анализа, графические методы и методы экономико-математического моделирования. Обработка статистических материалов производилась на ПЭВМ с применением специального программного обеспечения.

Научная новизна и значимость полученных результатов. Научная новизна состоит в обоснованном решении комплекса теоретических и практических вопросов по проблемам формирования структуры и размещения розничной торговой сети в условиях транзитивной экономики. К наиболее существенным результатам, содержащим научную новизну, относятся:

- ♦ уточнена классификация факторов, определяющих развитие розничной торговой сети республики, с учетом требований рыночной экономики;
- ♦ установлены тенденции и закономерности развития розничной торговли Беларуси в условиях становления рыночных отношений, а также показано влияние процессов разгосударствления и приватизации на развитие торговой сети Республики Беларусь;
- ♦ сформулированы новые принципы размещения розничной торговой сети на уровне региона;
- ♦ разработана методика прогнозирования развития торговой сети в регионах, ориентированная на расчет потребности в торговых площадях для республики Беларусь и её регионов в условиях транзитивной экономики;
- ♦ дифференцированы показатели обеспеченности населения торговыми площадями по товарным группам с учетом потребительских предпочтений, сложившихся в республике;
- ♦ разработана методика определения показателя значимости отдельных населенных пунктов как центров торгового притяжения в обслуживании неместных покупателей;
- ♦ предложена методика определения потребности в предприятиях розничной торговли в рамках городских поселений;
- ♦ разработаны рекомендации по совершенствованию управления процессом развития розничной торговой сети в городах.

Практическая значимость полученных результатов состоит в том, что научные разработки и предложения, являющиеся результатами исследования, позволяют найти решение задач формирования оптимальной структуры и размещения розничной торговой сети в городах Республики Беларусь и обеспечивают повышение эффективности её функционирования в условиях трансформации экономики.

Отдельные положения диссертации, включающие в частности методики определения перспективной потребности в объектах розничной торговли как для республики в целом, для ее отдельных регионов, так и для городских поселений; определения роли города в организации торгового обслуживания

приняты к внедрению и практическому использованию Министерством торговли Республики Беларусь.

Предложения и результаты исследований, изложенные в диссертации, нашли применение и используются в учебном процессе на кафедре управления предприятиями торговли, кафедре маркетинга Белорусского государственного экономического университета.

Экономическая значимость полученных результатов. Использование содержащихся в диссертационном исследовании положений будет способствовать выработке и проведению экономически обоснованной политики развития розничной торговой сети республики, повышению эффективности управления, а, следовательно, и социально-экономической эффективности её функционирования. Результаты исследования, затрагивающие вопросы организации розничной торговой сети в городах Беларуси, могут рассматриваться в качестве интеллектуального коммерческого продукта, представляющего интерес для органов государственного управления торговлей на уровне республики и конкретных городов.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту:

1. Методика прогнозирования развития торговой сети республики, которая предполагает использование экономико-математической модели для прогнозирования потребности в торговых площадях с учетом следующих показателей: удельный вес городского населения в общей численности населения, средняя обеспеченность населения жильём, средний размер торгового предприятия, плотность населения на 1 км кв. территории. Данная методика сориентирована на расчет потребности в торговых площадях для Республики Беларусь и ее регионов в условиях транзитивной экономики.

2. Методика обоснования потребности в объектах розничной торговли в рамках городских поселений Беларуси, учитывающая взаимосвязь и взаимодействие между собой систем торгового обслуживания поселений различных рангов (межрегионального, регионального и т.д.). В отличие от ранее известных подходов к планированию развития торговой сети проблема оптимизации торговой сети городов рассматривалась не отдельно для каждого поселения, а в рамках республики.

3. Методика определения значимости отдельных населенных пунктов как центров торгового обслуживания приезжих покупателей, основанная на применении нового показателя, характеризующего роль поселения в обслуживании приезжих покупателей и определяющего уровень специализации розничной торговой сети.

4. Обоснование и систематизация факторов, влияющих на развитие торговой сети на уровне региона; в отличие от существующих аналогов исходящая не из решения частных задач организации обслуживания, а задач построения целостной территориальной системы.

5. Принципы построения иерархической системы организации розничной торговой сети в Республике Беларусь, позволяющие нормировать основные градостроительные показатели торгового обслуживания не на уравнительной, а на компенсационной основе.

6. Рекомендации по развитию системы управления розничной торговой сетью в городах, основанные на совершенствовании структуры и функций управления на уровне местных органов управления.

Личный вклад соискателя. Представленная работа, как целостное исследование, является оригинальным научным трудом, выполненным автором в рамках выбранной темы самостоятельно с учётом исследования и обобщения различных теоретических материалов и практики деятельности розничной торговой сети Республики Беларусь.

Апробация результатов диссертации. Основные положения диссертации доложены на одиннадцати международных и республиканских научно-практических конференциях и семинарах в Минске, Гомеле, Гродно; апробированы в учебном процессе; отдельные положения диссертации нашли отражение в опубликованных автором статьях и выступлениях на научно-практических семинарах кафедры управления предприятиями торговли Белорусского государственного экономического университета.

Опубликованность результатов. По результатам проведенных исследований опубликовано 17 работ общим объёмом 54 страницы, в т.ч.: четыре статьи, из них три в сборниках научных трудов, одна в научном журнале; тринадцать тезисов докладов и выступлений на конференциях.

Структура и объём диссертации. Диссертация состоит из введения, общей характеристики работы, трёх глав, заключения, списка использованных источников, приложений. Общий объём диссертации содержит 145 страниц, включает 16 таблиц, 7 рисунков, 28 приложений на 36 страницах. Список использованных источников включает 173 наименования.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении диссертации показывается роль и место розничной торговли в жизнедеятельности общества в условиях развития рыночных отношений.

В первой главе «Социально-экономические предпосылки развития и размещения розничной торговой сети» рассматривается сущность и содержание изучаемого процесса с учетом существующего отечественного и зарубежного опыта; выявлены предпосылки, обуславливающие развитие торговой сети с социально-экономической позиции; выявлены основные факторы, оказывающие влияние на развитие торговой сети как целостной территориальной системы и уточнена их классификация.

Разработка методической и методологической основ территориальной организации розничной торговой сети имеет два выраженных и взаимообусловленных аспекта — экономический и социальный. В экономическом плане рациональное размещение объектов торгового обслуживания создает условия для повышения рентабельности отрасли, совершенствования товародвижения, эффективного использования всей совокупности ресурсов, которыми она располагает. Социальная значимость оптимизации состоит в обеспечении более полного удовлетворения потребностей населения в материальных и культурных благах, создании максимальных удобств в их приобретении.

В отечественной практике планирования потребности в торговых площадях обычно используются два метода: нормативный и технико-экономических расчётов. Причем при определении необходимого прироста торговой площади предпочтение отдается нормативному методу. Однако, на протяжении последних лет нормативная база рассматривалась как обеспечивающая подсистема по отношению к планированию, т.е. считалось, что введение тех или иных показателей диктуется потребностями разработки плановых заданий.

В новых условиях хозяйствования нормативные показатели уже регулируют не столько формирование желаемых ориентиров развития розничной торговой сети, сколько их достижения, являясь активным инструментом ускорения научно-технического прогресса. Поэтому функциональными задачами нормативных показателей становится выявление и использование резервов, обеспечивающих возможности для проведения сравнительного экономического анализа, определения направлений и темпов развития торговой сети.

Решения о размещении предприятий торговли являются стратегически, поэтому развитие розничной торговой сети должно осуществляться в планомерном порядке, с учётом влияния многочисленных факторов, которые отчасти могут и не иметь непосредственной связи с самой розничной торговлей.

Как показал проведённый анализ, разнообразие и взаимодействие факторов, обуславливающих развитие торговой сети, вызывает необходимость их систематизации. В качестве критерия разделения факторов на группы возможно использование показателя степени воздействия их на результирующее явление. С этой точки зрения факторы могут быть разделены на основные (оказывают решающее воздействие на изучаемое явление) и второстепенные (определяют неустойчивые, индивидуальные свойства изучаемого явления).

В свою очередь, основные факторы, влияющие на развитие и размещение розничной торговой сети, с учётом имеющихся разработок, целесообразно разделить на следующие группы: *социально-экономические*, определяющие величину и структуру спроса; *функционально-пространственные*; *торгово-организационные* факторы.

Обосновывая совокупность приведенных факторов, отмечается, что региональная структура развития сферы обслуживания является неотъемлемой частью единой народнохозяйственной системы территориальной организации производительных сил. При этом, зависимости не ограничиваются только взаимосвязями сферы обслуживания с уровнем экономического развития территории. Сфера обслуживания, и в частности розничная торговля, призвана удовлетворять разные потребности населения, поэтому ее развитие в определенной мере зависит от ряда социальных характеристик регионов. Это предполагает необходимость включения в перечень анализируемых факторов не только показателей, характеризующих уровень и тенденции общего экономического развития регионов, но и показателей, отражающих социально-экономические особенности и территориальную структуру населения. При этом, учитывается и пространственный аспект анализа, принимаются во внимание и другие условия присущие конкретной территории. Эти предпосылки

позволили среди всех причин, обуславливающих территориальное развитие розничной торговли, выделить основные группы факторов

Во второй главе «Анализ развития розничной торговой сети» определены тенденции и закономерности развития розничной торговли Беларуси, а также влияние процессов разгосударствления и приватизации на развитие конкуренции в этой отрасли; проведен анализ состояния розничной торговой сети и обеспеченности ею населения; дана оценка структуры розничной торговой сети.

При любой социально-экономической системе торговля, в том числе розничная, должна играть весьма заметную роль в осуществлении экономической политики государства. Однако, степень воздействия на эти и другие показатели обуславливается в значительной мере уровнем её собственного развития, и, следовательно, имеющейся реальной возможностью решать стоящие перед торговлей социально-экономические задачи.

В Республике Беларусь на 1.01.1999г. действовало 24092 магазина, из них 19592 магазинов негосударственной формы собственности с торговой площадью 2,0 млн. кв. м. В торговом обслуживании населения в качестве равноправных партнёров участвуют предприятия и организации розничной торговли различных форм собственности — коллективные, частные, иностранные, государственные. Экономическая и организационная независимость торговых предприятий обуславливает возникновение конкуренции между ними.

Торговая площадь в среднем на один магазин составляет 109 кв. м. В разрезе товарных групп средний размер одного продовольственного магазина меньше чем непродовольственного на 46 кв. м, т.е. соответственно 111 и 157 м². Это объясняется тем, что в республике функционирует незначительное количество крупных универсальных магазинов по продаже непродовольственных товаров, а основная масса продовольственных товаров реализуется через гастрономы и небольшие специализированные магазины.

В республике действует норматив торговой площади на 1000 жителей равный 280 кв. м (предусмотрен СНиП 2.07.01-89 "Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений", введёнными в действие с 01.01.90г. Госстроем СССР). Обеспеченность городского населения по республике на 1.01.99г. составила только 86,9% от указанного выше норматива, а на 01.01.2000г. — 92%. Наиболее высокий уровень обеспеченности населения торговой площадью характерен для Минской области (не включая г.Минск), где он составляет 96,9% от действующего норматива. В других областях рассматриваемый показатель несколько ниже: в Гомельской области — 90,1%; в Гродненской — 93,9%; в Витебской — 95,2%; в Могилёвской — 85,8%; в Брестской — 82,9. Для повышения обеспеченности городского населения торговой площадью необходимо строительство современных магазинов с учётом факторов, оказывающих наибольшее влияние на развитие розничной торговой сети республики.

Рациональная организация розничной торговой сети требует не только определения потребности в ней, но и специализации каждого отдельного

предприятия, исходя из специфики каждого конкретного города. Сформировать представление о структуре сети позволяет анализ использования торговой площади специализированных городских магазинов различного товарного профиля. Необходимые расчеты были проведены на примере крупнейшего города Беларуси – Минска

В городе Минске по состоянию на 01.01.2000г. действует по данным Главного управления потребительского рынка Мингорисполкома 2284 магазина общей площадью 909,4 тыс. м², торговой – 372,8 тыс. м². Из них 939 магазинов осуществляют торговлю продовольственными товарами (торговая площадь 190,2 тыс. м²), 1078 магазинов – торговлю непродовольственными товарами (торговая площадь 169 тыс. м²), 267 магазинов, торгующих смешанным ассортиментом (торговая площадь 13,6 тыс. м²).

Уровень специализации продовольственных магазинов г.Минска на 01.01.2000г. составил 8,4% (по торговой площади), что почти в два раза ниже рационального уровня специализации продовольственных магазинов. Отметим, что на долю неспециализированных продовольственных магазинов приходится 38,8% от торговых площадей сети продовольственных магазинов, а на долю универсальных – 52,8. Среди магазинов реализующих непродовольственные товары на долю универсальных магазинов приходится 23% от торговой площади, неспециализированных – 35,2%, специализированных – 41,8% (что ниже уровня 1990г. в два раза). Приведенный в диссертации анализ уровня специализации торговой сети в г.Минске был выполнен в республике впервые за последние годы, т.к. ни официальные органы статистики, ни местные органы власти, занимающиеся вопросами организации розничной торговой сети в городах не проводят подобного анализа.

Анализ основных и дополнительных типов магазинов г.Минска, показал, что при выборе товарного профиля магазина не учитываются требования к размерам торговых предприятий. Как следствие, затрудняется процесс правильного планирования структуры торговой сети города.

Рассматривая формы товарной специализации магазинов, следует обратить внимание на то, что границы ассортиментного профиля многих из них в настоящее время "размыты". Это породило в среде практиков мнение о том, что товарная специализация магазинов в условиях перехода к рыночной экономике теряет свое значение. Такое мнение следует рассматривать как весьма спорное. Хотя в условиях нестабильного развития потребительского рынка, поиска соответствующей рыночной ниши, необходимости обеспечения "выживания" на первоначальной стадии развития торгового предприятия определенное расширение товарного профиля магазина может быть оправдано текущими коммерческими целями, в стратегической перспективе выбор соответствующей формы его специализации является целесообразным. Как показывает опыт стран с развитой рыночной экономикой, именно этот выбор позволяет формировать и реализовывать стратегические цели развития торговой сети, следовательно, является важнейшей предпосылкой эффективного управления розничной торговой сетью. Кроме того, без оценки фактического уровня обеспеченности населения торговой площадью по отдельным видам и

типам магазинов, перспективные нормы не имеют полноценной плановой нагрузки.

В третьей главе «Моделирование процесса развития и размещения розничной торговой сети» обоснованы принципы размещения торговых предприятий на уровне региона; разработаны методика прогнозирования розничной торговой сети для региона и методика определения перспективной потребности в торговой сети для городских поселений; дифференцированы показатели обеспеченности населения торговыми площадями по товарным группам; предложена методика определения значимости города в организации торгового обслуживания; даны рекомендации по развитию системы управления розничной торговой сетью в городах.

Регулирование развития розничной торговой сети не только желательно, но и экономически оправдано и в связи с этим объективно необходимо. Отметим, что регулирование органами государственной власти торговой деятельности в целом, а в т.ч. и развития розничной торговой сети в нужном направлении, осуществляется во всех странах с развитой рыночной экономикой (хотя степень этого регулирования различна). Поэтому предложения в части объективной необходимости регулирования процесса развития розничной торговой сети обусловлены реальной потребностью, во-первых, развивать розничную торговую сеть в том или ином регионе в необходимом для населения направлении, а во-вторых, создать для этой сети такие условия, которые позволили бы ей функционировать эффективно.

Проведённые исследования состояния развития розничной торговой сети в Республике Беларусь свидетельствуют о многообразии, динамичности и сложности системы взаимосвязей факторов, обуславливающих уровень обеспеченности населения этой сетью. Вместе с тем исследованием установлено, что происходящие в розничной торговой сети изменения подчинены определённым закономерностям, позволяющим промоделировать реальные процессы путем построения экономико-математической модели её развития.

Однако, моделирование развития розничной торговой сети в условиях становления экономики рыночного типа, нельзя осуществить без учета следящих обстоятельств: во-первых, направления и темпы развития розничной торговой сети предопределяются степенью соответствия фактического наличия этой сети потребностям в ней населения, а также происходящими за тот или иной отрезок времени изменениями как в имеющейся розничной торговой сети, так и в потребностях в ней потребителей;

во-вторых, использование применявшихся ранее методических подходов к определению потребностей населения в розничной торговой сети и к решению проблемы её развития на определённой территории весьма затруднительно в новых условиях хозяйствования. Это обусловлено тем, что при централизованно регулируемой экономике вследствие имевшейся относительной стабильности в темпах роста основных показателей было возможно осуществлять планомерное развитие розничной торговой сети.

Обусловленные развитием рыночных отношений во всех отраслях народного хозяйства особенности функционирования торговли предполагают

необходимость выбора иных, чем при централизованно регулируемой экономике, факторов, определяющих целенаправленное развитие розничной торговой сети, с одной стороны, с учётом соблюдения интересов конечных потребителей, а с другой — с учётом обеспечения достаточного для осуществления торговой деятельности уровня эффективности этой сети.

Проведенные расчеты за период 1985-1998гг. показали, что модель планирования развития розничной торговой сети в Республике Беларусь может быть выражена зависимостью:

$$У_{x_1, x_2, x_3, x_4} = -103,4 + 5,513x_1 + 0,703x_2 + 0,4237x_3 + 2,911x_4,$$

где $У_{x_1, x_2, x_3, x_4}$ — теоретический уровень обеспеченности населения Республики Беларусь торговой площадью магазинов, m^2 на 1000 жителей; x_1 - средняя обеспеченность населения жильём, m^2 на 1 жителя; x_2 - удельный вес городского населения в общей численности населения республики, %; x_3 - средний размер торгового предприятия, m^2 ; x_4 - плотность населения, чел./ km^2 .

Проведённый расчёт коэффициента множественной корреляции ($R = 0,996$) и коэффициент детерминации ($R^2 = 0,992$) свидетельствует о весьма высокой степени тесноты зависимости результативного признака от факторных признаков. Это указывает на то, что в анализируемом периоде количественный набор факторов и степень их совокупного влияния на результативный показатель остаются неизменными и дают основания предполагать, что рассчитанная регрессионная модель устойчива во времени и не будет претерпевать существенных изменений в перспективе.

Используя разработанный в диссертации инструментарий, была определена потребность в торговых площадях на 1000 жителей Республики Беларусь до 2010г., позволяющая пересмотреть действующие нормативы.

Применяемые в планировании торговой сети СНиП (2.07.01.-89) предусматривают, что дифференциация норматива должна соответствовать структуре товарооборота. С учетом современных тенденций в развитии розничной торговой сети наиболее оптимальным соотношением, а также научно обоснованным является 40% от потребности в розничной торговой сети необходимо предусматривать для продовольственной сети, а 60% - непродовольственной. Исходя из вышеизложенного, к 2010г. потребность в торговых площадях на 1000 жителей составит 113 m^2 по продовольственной сети и 170 m^2 по непродовольственной.

Потребность в продовольственной сети и непродовольственной должна также быть дифференцирована по товарным группам, что в практике анализа развития торговли не учитывается (определяется только общая обеспеченность). Анализ структуры товарооборота розничной сети республики позволил разработать рекомендации относительно доли определенной товарной группы в структуре потребительской сети.

Разработанная методика использовалась также для планирования потребности в торговой сети по областям республики. В её основе заложены экономико-математические модели, описывающего связь между уровнем обеспеченности населения области торговой площадью и факторными признаками.

Исследование показало, что к определению уровня обеспеченности населения конкретного региона торговой площадью надо подходить дифференцированно, т.к. существуют определённые различия в потребности торговых площадей между регионами. Так, к 2005г. обеспеченность населения Брестской области торговой площадью должна составлять 238,5 кв. м на 1000 жителей; населения Витебской области — 284,6 кв. м на 1000 жителей; населения Гомельской, Гродненской, Минской и Могилёвской областей — соответственно 278,9; 272,4; 321,8 и 260,5 кв. м на 1000 жителей. Дифференциация рассчитанных показателей потребности в торговых площадях областей по товарным группам осуществляется с учетом структуры товарооборота.

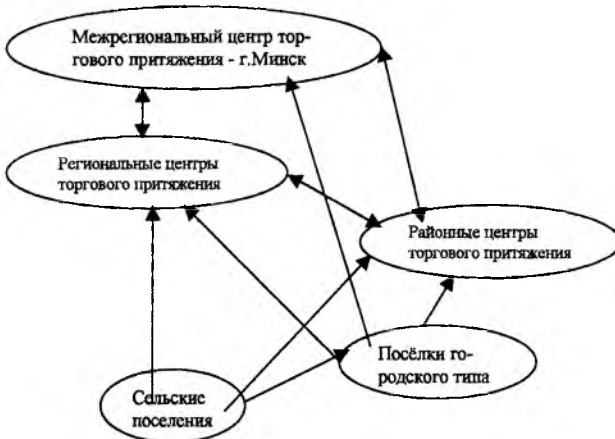
Вследствие значительной межрегиональной миграции населения, обусловленной высоким уровнем междугороднего транспортного сообщения и высокой плотностью городских поселений, заметное влияние на уровень обеспеченности населения торговой площадью магазинов, и, следовательно, на уровень развития розничной торговой сети оказывают значительное влияние такие факторы, как степень торгового притяжения населения одних городских поселений к другим, степень концентрации потенциальных покупателей в отдельных городских поселениях.

Постоянное передвижение покупателей – объективное явление, обусловленное на данном этапе развития общества – экономической необходимостью применения принципа иерархичности в построении системы торгового обслуживания населения. Суть этого принципа состоит в том, что каждое поселение должно обладать определённой степенью полноты и сложности предоставляемых торговых услуг, а также определённой зоной торгового притяжения и численностью обслуживаемых покупателей. Для этого оно должно располагать определённым количеством пунктов продажи товаров соответствующей специализации.

Организация рациональной системы торгового обслуживания предполагает также соблюдение и так называемого принципа компенсации, исходящего из того, что в границах любого территориального притяжения объекта принципиально невозможно обеспечить равные условия жизнедеятельности по всему кругу составляющих и притом во всех точках объекта и его периферии. С учётом этого равенство условий проживания может быть достигнуто только посредством сбалансированного равновесия достоинств и недостатков проживания в той или иной точке системы торгового обслуживания.

Исходя из названных принципов, в масштабах республики чётко выделяется г.Минск в качестве межрегионального или республиканского центра торгового притяжения покупателей. Республиканские областные города выступают в качестве региональных центров торгового притяжения покупателей. В свою очередь города – центры административных районов являются районными центрами торгового притяжения покупателей (см. рис.).

С учётом изложенного выше для расчета потребности в розничной торговой сети в городах Беларуси были скорректированы региональные нормативы на величину коэффициента торгового притяжения города.



Движение покупательских потоков в системе торгового обслуживания различных поселений в Республике Беларусь.

Учитывая описанные выше тенденции коэффициент торгового притяжения может быть определен по формуле:

$$K_n = \frac{T_g \times D_m}{T_m \times D_g}, \quad (1)$$

где T_g – среднедушевой товарооборот города; T_m – среднедушевой товарооборот исследуемой территории; D_g – среднедушевые доходы на одного жителя города; D_m – среднедушевые доходы на одного жителя исследуемой территории; K_n – коэффициент притяжения.

Используя рассчитанные коэффициенты торгового притяжения, была определена потребность в торговой сети для крупнейших городов республики (см. табл.).

Потребность в торговой сети на 1000 жителей
в крупнейших городах Беларуси (разработка автора)

Город	Фактическая обеспеченность на 01.01.2000г., м ² /1000 жителей	Прогноз потребности в торговой площади на 2005г., м ² /1000 жителей
Брест	250	360
Барановичи	230	255
Пинск	250	303
Витебск	240	361
Орша	250	395
Гомель	210	321
Гродно	170	341
Лида	220	485
Минск	220	383
Борисов	190	315
Могилев	210	321
Бобруйск	170	245

О роли отдельных населенных пунктов в обслуживании неместных покупателей, об их территориальных функциях дает представление показатель значимости поселения как центра торгового притяжения. Коэффициент значимости города как центра торгового притяжения (K_z) может быть определен следующим образом:

$$K_z = \frac{(T_z - T_m) \times Ч_z}{T_m \times Ч_m}, \quad (2)$$

где T_z – среднедушевой товароборот населенного пункта, тыс. руб; T_m – среднедушевой товароборот исследуемой территории, тыс. руб; $Ч_z$ – численность населения в населенном пункте, тыс.чел.; $Ч_m$ – численность населения на исследуемой территории, тыс.чел.

Согласно формуле (2), наибольшую роль в обслуживании населения республики играет Минск ($K_z = 0,08$). Следующим по значимости в торговом обслуживании является Брест ($K_z = 0,02$) и Витебск ($K_z = 0,01$). Значимость остальных областных центров несколько ниже и составила для Гомеля 0,004; Гродно 0,001 и Могилева 0,005. Произведенные расчеты позволяют сделать вывод, что важную роль в торговом обслуживании покупателей республики играет Минск. Следовательно, в нем необходимо организована сеть специализированных предприятий торговли по продаже различных групп товаров.

Анализ управления процессом развития и размещения розничной торговой сети показал, что в современных условиях особую актуальность приобретает эффективное функционирование системы органов управления. В республике создана четырехуровневая система управления торговой отраслью. Управления процессом развития и размещения розничной торговой сети передано на муниципальный уровень (органы власти городов). Местные органы власти должны уделять больше внимания функции контроля за развитием торговой сети, стратегического планирования и стимулирования привлечения негосударственных средств для развития розничной торговой сети. Негативным моментом является то, что выдавая лицензию на розничную торговлю органы власти поддерживают предложения собственников о товарном профиле магазина без учета специализации торговой сети конкретного города или микрорайона. Поэтому при управлении развитием розничной торговой сети необходимо, чтобы органы, регулирующие развитие и размещение предприятий торговли, выдавая лицензию на осуществление торговой деятельности учитывали потребность конкретной территории в торговых предприятиях с определенным товарным профилем. Деятельность органов управления торговлей во многом определяет состояние розничной торговли и направления ее развития.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Разработка методологической и методической основ территориальной организации розничной торговой сети имеет два важных и взаимообусловленных аспекта — экономический и социальный. В экономическом плане рациональное размещение объектов торгового обслуживания создает условия

для повышения рентабельности отрасли за счет более полного удовлетворения нужд и потребностей потребителей.. Социальная значимость оптимизации состоит прежде всего в создании максимальных удобств для потребителей, увеличении свободного времени населения. Научно обоснованное размещение должно обеспечивать максимальную близость предприятий к покупателю, высококачественное торговое обслуживание и рентабельность хозяйственной деятельности, высокую эффективность капитальных вложений.

Основой планирования сети предприятий розничной торговли в отечественной и зарубежной практике является применение нормативов. Они также нашли применение в качестве решающего критерия оценки использования материальных и финансовых средств для развития сети магазинов. В итоге их применение в значительной мере определяет эффект функционирования розничной сети.

Совершенствование регионального планирования розничной торговой сети в Беларуси неразрывно связано с обновлением нормативной базы. Разработка региональных нормативов обеспеченности населения розничной торговой сетью, ориентированных на повышение эффективности розничной сети, является важной проблемой региональных исследований. Её успешное решение позволит планировать развитие розничной торговой сети в республике на научной основе. Отсутствие региональных нормативов лишает процесс планирования объективных критериев, которыми можно руководствоваться при разработке планов развития розничной торговой сети [3, 6, 7].

2. Успешное решение задач регионального развития розничной торговой сети Беларуси требует выявления факторов, обуславливающих эффективное развитие розничной торговой сети. Исследование факторов регионального развития розничной торговой сети имеет важное методологическое значение, т.к. оно даёт возможность осуществить оптимальное планирование развития розничной торговой сети региона с учётом местных особенностей.

Региональная структура развития сферы обслуживания - неотъемлемая часть единой народнохозяйственной системы территориальной организации производительных сил. При этом, иерархия зависимостей не ограничивается только взаимосвязями сферы обслуживания с уровнем экономического развития территории. Сфера обслуживания, а розничная торговля как одна из ее отраслей, призвана удовлетворять широкие социально-бытовые потребности населения, поэтому ее развитие в определенной мере зависит от ряда социальных характеристик регионов. Это предполагает необходимость включения в перечень анализируемых факторов не только показателей, характеризующих уровень и тенденции общего экономического развития регионов, но и показателей, отражающих социально-экономические особенности и территориальную структуру населения. При этом, учитывается и пространственный аспект анализа, принимаются во внимание и другие условия присущие конкретной территории. Эти предпосылки позволили среди всех причин, обуславливающих территориальное развитие розничной торговли, выделить следующие группы факторов: а) социально-экономические, определяющие величину и структуру спроса; б) функционально-пространственные; в) торгово-

организационные. Характер взаимодействия перечисленных групп факторов в условиях различных регионов имеет свои отличительные черты

Факторы, определяющие региональное развитие розничной торговой сети, должны рассматриваться как основа разработки научно-обоснованной нормативной базы для республики в целом, для областей и крупных городов [1, 5, 9, 10, 13].

3. Возрастание роли розничной торговой сети в удовлетворении платёжеспособного спроса населения на товары народного потребления требует её количественного и качественного соответствия потребностям в ней населения. Это предопределяет необходимость проведения анализа уровня развития розничной торговой сети с целью поиска наиболее целесообразных направлений её дальнейших количественных и качественных изменений для максимального удовлетворения нужд и потребностей населения.

Рациональная организация розничной торговой сети требует не только определения потребности в ней, но и специализации каждого отдельного предприятия. Этот принцип можно условно определить как подход от общего к частному. Хотя в условиях нестабильного развития потребительского рынка, поиска соответствующей рыночной ниши, необходимости обеспечения "выживания" на первоначальной стадии развития торгового предприятия определенное "разбавление" товарного профиля магазина может быть оправданно текущими коммерческими целями, в стратегической перспективе выбор соответствующей формы его специализации должен быть строго определен. В свою очередь, типизация магазинов позволяет добиться ряда существенных преимуществ в организации материально-технической базы розничной торговли, в т.ч. возможность правильно планировать структуру торговой сети. Без оценки фактического уровня обеспеченности населения торговой площадью по отдельным видам и типам магазинов, перспективные нормы не несут полноценной плановой нагрузки.

Проведенный анализ показал, что в республике актуальна проблема улучшения торгового обслуживания, которую следует решать с более активного развития материально-технической базы розничной торговли. Поэтому одним из главных направлений в развитии торговли можно назвать количественное и качественное улучшение торгового обслуживания [2, 3, 4, 8, 11, 16].

4. Совершенствование регионального планирования розничной торговой сети в Беларуси неразрывно связано с созданием научно-обоснованной нормативной базы. Разработка региональных нормативов обеспеченности населения розничной торговой сетью является важной проблемой региональных исследований.

Согласно проведенным исследованиям, на современном этапе к факторам, определяющими развитие торговой сети на уровне региона, можно отнести: удельный вес городского населения в общей численности населения, среднюю обеспеченность населения жильём, средний размер торгового предприятия, плотность населения на 1 км кв. территории. Указанные факторы применялись для прогнозирования потребности в торговых площадях в рамках республики, а также её регионов до 2010г. Разработанные нормативы

дифференцированы по товарным группам с учетом структуры товарооборота [1, 13, 14].

5. Организация рациональной системы торгового обслуживания в рамках региона требует соблюдение определенных принципов: принципа иерархичности обслуживания и принципа компенсации, т.к. система торгового обслуживания составляет определенную целостность благодаря тому, что ее элементы – торговая сеть населенных пунктов – по уровню предоставляемых торговых услуг неодинаковы и вследствие этого нуждаются во взаимодополняющих связях. Некоторые поселения имеют лучшие условия для развития торгового обслуживания и становятся по отношению к другим центральными поселениями. Каждый город является притягивающим центром по отношению к более мелким населенным пунктам, его окружающим. Поэтому при определении потребности в торговых площадях необходимо учитывать не только местное население, но и возможные притоки иногородних покупателей. Основываясь на вышеизложенном, разработана методика определения потребности населения городских поселений в объектах розничной торговли, основанная на расчете поправочных коэффициентов к нормативам обеспеченности торговой площадью на 1000 жителей (коэффициент торгового притяжения), и методика определения значимости поселения как центра торгового обслуживания [1, 3, 10, 17].

6. Эффективность функционирования розничной торговой сети во многом зависит и взаимосвязана с организацией управления. Процесс управления – это целенаправленно регламентированная во времени деятельность субъекта управления по отношению к объекту управления, выражающаяся в реализации определенных функций управления с применением соответствующих методов и технологии на основе принципов управления, подчиненная целям обеспечения нормального функционирования или развития объекта управления. Более эффективное управление обеспечивает более высокий уровень эффективности деятельности розничной торговой сети. Анализ управления процессом развития розничной торговой сети в республике показал, что действия субъектов, вовлеченных в этот процесс не согласованы. С целью обеспечения эффективной деятельности торговой сети обоснована необходимость разработки программы стимулирования развития торговой сети в республике, предусматривающая формы организационно-финансового содействия развитию предпринимательской деятельности в розничной торговле, к которым относятся специальные меры поощрения инвестиций, предоставление налоговых льгот, финансовая поддержка [4, 7, 12, 15].

Список опубликованных работ по теме диссертации

1. Климченя Л.С. Проблемы развития розничной торговой сети Беларуси. // Вестник БГЭУ. – 1999. - № 5-6. – С. 54-59.
2. Климченя Л.С. Становление рыночных отношений в торговле Республики Беларусь. // Формирование национальной экономики Республики Беларусь: Сб. науч. тр. молодых учёных./ Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 1999. – С. 123-128.
3. Климченя Л.С. Удовлетворение потребностей покупателей как основная цель деятельности торговых предприятий: Сб. науч. трудов. / Балтийский русский ин-т. – Рига, 1999. – Т. 4. – С. 52-62.
4. Климченя Л.С. Товарная специализация как фактор, обеспечивающий конкурентоспособность розничного торгового предприятия. // Проблемы менеджмента и маркетинга в условиях развития рыночных отношений: Сб. науч. трудов. / Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 2000. – С. 74-78.
5. Климченя Л.С. Факторный анализ обеспеченности сбалансированности спроса и предложения. // Проблемы теории и практики статистики в переходный период: Тез. докл. науч.-практ. конф., Минск, 27-29 марта 1996г./ Министерство статистики и анализа Респ. Беларусь, Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 1996. – С. 223-224.
6. Климченя Л.С. Прогнозирование развития ёмкости рынка одежды. // Проблемы и перспективы планирования и прогнозирования: Материалы междунар. конф., Минск, 22-23 мая 1997г./ Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 1997. – С. 102-104.
7. Климченя Л.С. Совершенствование управления торговлей в современных условиях. // Проблемы реформирования предприятий Республики Беларусь: Тез. докл. Респуб. науч.-практ. конф., Минск, 11-12 дек. 1997г. В 3 ч./ Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 1998. – Ч. 3. – С. 28-29.
8. Климченя Л.С. Маркетинговый подход к развитию розничной торговой сети. // Проблемы маркетинга и менеджмента в условиях трансформации экономики: Тез. докл. Междунар. конф. "Экономическая наука и образование: проблемы и перспективы", Минск, 25-27 мая 1998г./ Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 1998. – С. 104-105.
9. Климченя Л.С. Маркетинг в деятельности торговых предприятий. // Управление экономикой в условиях становления рыночных отношений: Труды Междунар. науч.-практ. конф., Гомель, 17-18 дек. 1998г. В 2 ч./ Гомельский гос. ун-т. – Гомель, 1998. – Ч. 1. – С. 14-17.
10. Климченя Л.С. Торговый маркетинг как система управления. // Экономические проблемы управления качеством: Тез. докл. Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 25-26 марта 1999г./ Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 1999. – С. 83-85.
11. Климченя Л.С. Новые приоритеты розничной торговли Беларуси. // Предпринимательство: проблемы и перспективы: Тез. докл. Междунар.

науч.-практ. конф., Минск, 16 апр. 1999г./ Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 1999. – С. 139-140.

12. Климченя Л.С. Системы информационного обслуживания предприятий торговли в Республике Беларусь. // Проблемы менеджмента и маркетинга на рубеже третьего тысячелетия: Тез. докл. Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 24-25 мая 1999г./ Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 1999. – С. 87-88.

13. Климченя Л.С. Экономико-математические методы в маркетинге. // Проблемы менеджмента и маркетинга на рубеже третьего тысячелетия: Тез. докл. Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 24-25 мая 1999г./ Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 1999. – С. 76-77.

14. Климченя Л.С. Экономико-математическое моделирование развития розничной торговой сети. // Региональная экономическая политика: Тез. докл. Междунар. межвуз. конф., Гродно, 27-28 мая 1999г./ Гродненский гос. ун-т. – Гродно, 1999. – С. 62-64.

15. Климченя Л.С. Информационное обеспечение предприятий. // Проблемы стабилизации и экономического роста в Республике Беларусь: Тез. докл. межд. научн.-практ. конф., Минск, 27 окт.1999. / Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 1999. – С. 65-66.

16. Климченя Л.С. Обеспечение конкурентоспособности торгового предприятия. // Теория и практика маркетинга: опыт и проблемы: Тез. докл. Междунар. семинара. / Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 2000. – С. 91-93.

17. Климченя Л.С. Формирование торговой сети города с учетом торгового притяжения населения. // Теория и практика маркетинга: опыт и проблемы: Тез. докл. Междунар. семинара. / Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 2000. – С. 93-95.



Климченя Людмила Сергеевна

ФОРМИРОВАНИЕ СТРУКТУРЫ И РАЗМЕЩЕНИЕ РОЗНИЧНОЙ
ТОРГОВОЙ СЕТИ

(на примере торговой сети в городах Республики Беларусь)

Ключевые слова: торговля, розничная торговля, торговая сеть, планирование, факторы, потребность, уровень обеспеченности, специализация, типизация, методика прогнозирования, процесс управления.

Объектом исследования является розничная торговая сеть в городах Республики Беларусь.

Цель работы: на основе изученных отечественных и зарубежных разработок построения и размещения розничной торговой сети исследовать состояние розничной торговой сети в городах Республики Беларусь и разработать предложения по рациональному размещению розничной сети и совершенствованию управления процессом её развития..

Основные методы исследования: методы сравнительного анализа, умозаключения по аналогии, корреляционно-регрессионного анализа, экономико-математического моделирования, графический метод.

Научная новизна полученных результатов: проанализирован и обобщен отечественный и зарубежный опыт построения и размещения розничной торговой сети; систематизированы факторы, определяющие развитие розничной торговой сети республики в современных условиях; определены тенденции и закономерности развития розничной торговли Беларуси в условиях становления рыночных отношений, а также влияние процессов разгосударствления и приватизации на развитие торговой отрасли экономики; разработаны методические подходы к прогнозированию развития розничной торговой сети Республики Беларусь в целом и её отдельных регионов с учётом тенденций применения экономико-математических методов в решении управленческих задач; обоснованы новые принципы размещения розничной торговой сети на уровне региона; адаптирована методика определения показателя значимости населенного пункта как центра торгового притяжения в обслуживании приезжих покупателей; разработана методика определения потребности в предприятиях торговли в рамках городских поселений; разработаны рекомендации по совершенствованию управления процессом развития розничной торговой сети в городах.

Область применения: результаты исследования приняты к использованию Министерством торговли Республики Беларусь, а также в учебном процессе Белорусского государственного экономического университета.

Клімчэня Людміла Сяргееўна

**ФАРМИРАВАННЕ СТРУКТУРЫ І РАЗМЯШЧЭННЕ
РОЗНІЧНАЙ ГАНДЛЕВАЙ СЕТКІ**
(на прыкладзе гандлёвай сеткі ў гарадах Рэспублікі Беларусь)

Ключавыя словы: гандаль, рознічны гандаль, гандлевая сетка, планаванне, патрэбнасць, узровень забяспечанасці, спецыялізацыя, тыпізацыя, методыка прагназіравання, працэс кіравання.

Аб'ектам даследвання з'яўляецца рознічная гандлёвая сетка ў гарадах Рэспублікі Беларусь.

Мэта работы: на аснове айчынных і замежных разробаток пабудавання і размяшчэння рознічнай гандлёвай сеткі даследаваць стан рознічнай гандлёвай сеткі ў гарадах Рэспублікі Беларусь і распрацаваць прапановы па рацыянальнаму размяшчэнню рознічнай гандлёвай сеткі і ўдасканалванню кіравання працэсам яе развіцця.

Асноўныя метады даследвання: метады параўнальнага аналізу, вывады па аналогіі, карэляцыйна-рэгрэсійнага аналізу, эканоміка-матэматычнага мадэліравання, графічны метад.

Навуковая навізна атрыманых вынікаў: прааналізаваны і абагульнены айчыны і замежны вопыт пабудавання і размяшчэння рознічнай гандлёвай сеткі; сістэматызаваны фактары, вызначаючыя развіццё рознічнай гандлёвай сеткі Рэспублікі на сучасным этапе; вызначаны тэндэнцыі і заканамернасці развіцця рознічнага гандлю Беларусі ва ўмовах станаўлення рыначных адносін, а таксама уплыў працэсаў раздзяржаўлення і прыватызацыі на развіццё гандлевой галіны эканомікі; распрацаваны метадычны падыходы да прагназіравання развіцця рознічнай гандлёвай сеткі Рэспублікі Беларусь і яе асобных рэгіёнаў з улікам тэндэнцыі прымянення эканоміка-матэматычных метадаў у рашэнні кіраўніцкіх задач; абгрунтаваны новыя прыныпы размяшчэння рознічнай гандлёвай сеткі на узроўні рэгіёна; адаптавана методыка вызначэння паказчыка значнасці населенага пункта як цэнтра гандлевой прыцягальнасці ў абслугоўванні прыезджых пакупнікоў; распрацавана методыка вызначэння патрэбнасці ў прадпрыемствах гандлю ў рамках асобных гарадскіх пасяленняў; распрацаваны рэкамендацыі па ўдасканалванню кіравання працэсам развіцця рознічнай гандлёвай сеткі ў гарадах.

Вобласць прымянення: вынікі даследвання прыняты да выкарыстання Міністэрствам гандлю Рэспублікі Беларусь, а таксама ў навучальным працэсе Беларускага дзяржаўнага эканамічнага ўніверсітэта.

Klimchenya Ludmila Sergeevna

FORMING OF STRUCTURE AND ACCOMODATION OF
RETAIL TRADE NETWORK
(on an example of trade network in cities of the Republic of Belarus)

Key words: trade, retail trade, trade network, planning, factors, necessity, level of supply, specialisation, typisation, forecasting technique, control procedure.

The object of study is the retail trade network in cities of the Republic of Belarus.

The purpose of the work: to research condition of retail trade network in cities of the Republic of Belarus on the basis of the domestic and foreign projects of construction and accommodation of retail trade network; and to develop the offers on rational accommodation of retail trade system and improvement of management by process of it's development...

The basic methods of research: methods of comparative analysis, conclusion by analogy, methods of correlative-regression analysis, economic-mathematical modeling, graphic method.

The scientific novelty of the results obtained: the domestic and foreign experience of construction and accommodation of retail trade network is analysed and generalised. The factors defining development of retail trade network of our Republic in modern conditions are classified. The tendencies and regularities in the development of belorussian retail trade in conditions of forming the market relations, and also influence of privatisation processes on development of trade branch of economy are determined. The methodical approaches to forecasting the development of retail trade network of the Republic of Belarus and it's separate regions are worked out taking in the account the tendencies of economic-mathematical methods application in a solution of administrative problems. The new principles of accommodation of retail trade network at a level of region are grounded. The method of determination of a parameter of a significance of an populated point as a trade attraction centre in a servicing the visitors is adapted. The method of determination of necessity in trade enterprises within the framework of urban settlements is developed. The recommendations for an improvement of management by process of retail trade network development in cities are worked out.

The sphere of application: results of research are accepted to use by the Ministry of trade of the Republic of Belarus, and also in educational process of the Belorussian state economic university.

Подписано в печать 13.12.2000. Формат 60x84/16. Офсетная печать.
Усл. печ. л. 1,4. Тираж 100 экз. Заказ 481

Белорусский государственный экономический университет
Лицензия ЛВ № 170 от 21.01.98.
220070, г. Минск, пр. Партизанский, 26

Отпечатано в БГЭУ. Лицензия ЛП № 336 от 16.03.99.
220070, г. Минск, пр. Партизанский, 26