

нес-среды (например, резкое изменение потребительского спроса, конъюнктуры рынка, цен на отдельные товары, структуры товарного предложения и др.).

Таким образом, стратегическое планирование определяет стратегии инновационного развития субъектов на основе разработанных инновационных проектов и программ, выступающих неотъемлемой компонентой современной, гибкой, сбалансированной системы стратегического планирования.

### **Литература**

1. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 31 янв. 2017 г. № 31. — 2017. — Режим доступа: <http://www.gknt.gov.by>. — Дата доступа: 15.03.2017.

*А. А. Варвашеня, аспирантка  
БГЭУ (Минск)*

## **РАЗВИТИЕ ТОРГОВОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ Г. МИНСКА**

Торговля является одной из ведущих отраслей экономики страны, поэтому ее развитие предполагает количественные и качественные преобразования. Так, ввод в эксплуатацию торговых объектов отражает не только насыщенность рынка торговыми объектами и площадями, но и позволяет выявить новых крупных игроков.

Наибольший интерес вызывает торговая недвижимость столицы Республики Беларусь г. Минска, так как по численности населения Минск занимает лидирующую позицию, в нем проживает 20,7 %, или 1959,8 тыс. чел., на него приходится 14,1 % всех торговых объектов страны, или 22,6 % всего объема торговых площадей [1].

Так, в целом по городу прирост торговых площадей в 2016 г. по сравнению с 2015 г. составил 14,3 %, суммарно достигнув 1374,7 тыс. м<sup>2</sup>. Всего открыт 371 торговый объект, в том числе 152 — за счет нового строительства и 219 — после перепрофилирования или реконструкции. Ввод в эксплуатацию крупных торговых объектов в г. Минске в 2016 г. составил 151,7 тыс. м<sup>2</sup>, что выше аналогичного показателя за 2015 г. на 15,2 тыс. м<sup>2</sup>, или 11,1 % [2]. В общем, данные цифры свидетельствуют о продуктивном развитии рынка торговой недвижимости г. Минска.

Больше всего торговых объектов в 2016 г. было введено в эксплуатацию в Московском районе — 75 ед., далее следует Фрунзенский район — 72 ед. и Советский район — 66 ед. Наименьшее количество торговой недвижимости было открыто в Партизанском районе — 15 ед., что на 60 ед., или 80 % меньше, чем в Московском районе.

Развитие инфраструктуры торговых объектов по административным районам г. Минска в 2016 г. или количественный прирост объектов торговой недвижимости представлено в таблице.

Прирост торговых объектов по административным районам г. Минска в 2016 г.

Открытие торговых объектов, ед.						Всего
Новое строительство			Перепрофилирование, реконструкция			
Торговая площадь до 300 м <sup>2</sup>	Торговая площадь от 300 до 1500 м <sup>2</sup>	Торговая площадь выше 1500 м <sup>2</sup>	Торговая площадь до 300 м <sup>2</sup>	Торговая площадь от 300 до 1500 м <sup>2</sup>	Торговая площадь выше 1500 м <sup>2</sup>	
Заводской район						
15	4	1	11	1	—	32
Ленинский район						
4	2	—	22	—	—	28
Московский район						
44	4	—	23	3	1	75
Октябрьский район						
4	—	—	27	3	—	34
Партизанский район						
5	—	—	6	4	—	15
Первомайский район						
6	0	2	15	1	—	24
Советский район						
6	—	—	55	5	—	66
Фрунзенский район						
34	1	3	27	5	1	71
Центральный район						
10	3	4	8	1	—	26
<b>Итого</b>						
128	14	10	194	23	2	371

Таким образом, необходимо отметить, что рост ввода в эксплуатацию торговых объектов является положительной тенденцией в развитии торговой сферы г. Минска, так как появляются торговые объекты по продаже товаров международных брендов, что отражается положительно на удовлетворении потребностей потребителей расширением торговых отношений со странами ведущих экономик мира, выполняется социальная функция торговли, появляются новые рабочие места, обеспечивается рост товарооборота.

## Литература

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Минск, 2016. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 06.01.2017.

2. Слабые умрут. Тренды торговой недвижимости на 2017 год [Электронный ресурс] // Belretail.by. — 2016. — Режим доступа: <https://belretail.by/article/slabyie-umrut-trendyi-torgovoy-nedvijimosti-na-god>. — Дата доступа: 06.03.2017.

*Е. В. Волкова, канд. экон. наук, доцент  
МГУП (Могилев)*

## ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ ОРГАНИЗАЦИЙ НА РЫНКЕ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ

На формирование экономического потенциала и развитие перерабатывающих предприятий АПК на рынке продовольствия оказывают влияние внутренние и внешние факторы. Внешние факторы связаны с закономерностями развития социально-экономической системы, тенденциями развития внутренних и внешних рынков сбыта, поведением населения. К ним отнесены:

- нормативно-правовые условия, регулирующие ведение хозяйственной деятельности (защита прав потребителей, антимонопольное регулирование, стандартизация и сертификация продукции); законодательная база, направленная на стимулирование экспорта (налоговые льготы, таможенный «щит» в виде акцизов и квот на импортную продукцию); реализация государственных программ по развитию перерабатывающей промышленности; международные соглашения ведущих поставщиков материальных ресурсов о приоритетном праве на удовлетворение потребностей конкретных рынков. Нормативно-правовые условия оказывают влияние на формирование, использование и развитие экономического потенциала предприятий;

- экономические: налоги, темпы инфляции, стабильность национальной валюты, ставки по кредитам, доходы населения и др. При формировании экономического потенциала необходимо учитывать действия правительства по обеспечению стабильности цен, привлечению иностранных инвестиций, совершенствованию банковской системы, поддержанию курса белорусского рубля, трансформации методов управления по формированию адаптационных механизмов с учетом динамичных изменений в мировой экономике, улучшению состояния платежного баланса;

- конкурентная среда (тип рынка, емкость рынка, отраслевые барьеры, интенсивность конкуренции, цена, конъюнктура рынка и др.). При формировании экономического потенциала и развития предпри-