

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК И ПРОБЛЕМЫ ЕГО СТАНОВЛЕНИЯ

Одной из наиболее динамично развивающихся частей рыночной экономики является потребительский рынок, затрагивающий интересы населения всей страны. Потребительский рынок представляет собой систему социально-экономических отношений между продавцами, предлагающими потребительские товары для обмена через товаропроизводящую сеть или посредников, и покупателями, предъявляющими платежеспособный спрос с целью удовлетворения своих потребностей, с другой стороны, потребительский рынок — это сфера деятельности субъектов рыночных отношений и функционирования инфраструктуры по эффективному доведению товаров от производителя до конечных потребителей [1]. Именно здесь реализуются повседневные потребности населения, уровень удовлетворения которых определяет эффективность функционирования всей экономики в целом. Поскольку потребительский рынок находится в непосредственной зависимости от других рынков, влияет на доходы и платежеспособность населения, регулирует товарно-денежные отношения, способствует конкурентоспособности отечественных товаров и всего рыночного механизма, то создание условий для эффективного развития потребительского рынка является одной из важнейших составляющих экономической политики.

Стратегические направления развития потребительского рынка сформулированы в Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь до 2035 года. Развитие потребительского рынка будет направлено на удовлетворение платежеспособного спроса населения, увеличение потребительских товаров с высоким уровнем качества и по доступным ценам, в том числе посредством совершенствования инфраструктуры торговли и ее цифровизации.

Планируемый целевой ориентир удельного веса товаров отечественного производства в розничном товарообороте организаций торговли к 2030 г. — 80 %, в том числе по продовольственным товарам — 85 %. Для этого потребуется активизировать работу с крупными товаропроизводителями и торговыми сетями по повышению качества выпускаемой продукции.

Основными направлениями совершенствования инфраструктуры торговли станут: сбалансированное развитие всех форматов торговли; уменьшение дифференциации уровня потребления товаров и услуг в крупных городах, малых и средних городских поселениях, сельской местности; внедрение новых технологий, направленных на создание максимального удобства покупателям в приобретении товаров.

Дальнейшее развитие инфраструктуры розничной торговли предусматривается как за счет формирования крупных розничных торговых структур, так и путем размещения в жилых кварталах городов магазинов шаговой доступности, развития стрит-ритейла. Запланированы меры по созданию торговых объектов новых форматов и особого социального значения (предприятия малого семейного бизнеса, реализация фермерской продукции и национальных продуктов и изделий, магазины с экоконцепцией и т.д.), строительству инновационных мультиформатных торгово-развлекательных комплексов. Пристальное внимание будет уделено созданию доступной безбарьерной среды.

Источники

1. *Шелег, Н. С.* Диагностическая оценка современного потребительского рынка Республики Беларусь / Н. С. Шелег, Е. В. Андрос // О-во и экономика. — 2023. — № 11. — С. 125–139.

2. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2035 года. — Минск : ГНУ НИЭИ, 2018.

3. *Андрос, Е. В.* Формирование потребительского рынка региона и необходимость совершенствования торговой политики / Е. В. Андрос // Стратегия развития экономики Беларуси: вызовы, инструменты реализации и перспективы : сб. науч. ст. / Нац. акад. наук Беларуси ; Ин-т экономики НАН Беларуси ; редкол.: Д. В. Муха [и др.]. — Минск : Право и экономика, 2023. — С. 154–159.