

государства и общества может обеспечить переход белорусского фуд-ритейла к модели экологичного развития.

Источники

1. Об обращении с отходами : Закон Респ. Беларусь от 20 июля 2007 г. № 271-З // ЭТАЛОН : информ.-поисковая система (дата обращения: 20.11.2025).

2. *Талатынник, А.* Зеленый ритейл в Беларуси: тренды, которые меняют рынок / А. Талатынник // Факультет коммерции и туристической индустрии. — URL: <https://fcti.bseu.by/2025/10/23/эко-тренды-в-ритейле-как-устойчивое-ра/> (дата обращения: 20.11.2025).

3. Белкоопсоюз планирует к 2025 г. довести долю реализации экологичной посуды до 70 % // SB.BY. Беларусь сегодня. — URL: <https://www.sb.by/articles/belkoopsoyuz-planiruet-k-2025-godu-dovesti-dolyu-realizatsii-ekologicheskii-bezopasnoy-posudy-do-70-p.html> (дата обращения: 20.11.2025).

СНИЛ «Гандаль»

С. С. Ражнова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Р. П. Валевич, канд. экон. наук, профессор

ВОЗМОЖНОСТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТА ОТ УЧАСТИЯ НАСЕЛЕНИЯ В КУПЛЕ-ПРОДАЖЕ ЦЕННЫХ БУМАГ

Покупка и продажа ценных бумаг населением играет заметную и многогранную роль в развитии национальной экономики. Прежде всего, вовлечение граждан в инвестиционный процесс обеспечивает приток свободных денежных средств в реальный сектор. Когда люди приобретают акции или другие финансовые инструменты, они фактически позволяют им расширять производство, запускать новые проекты и укреплять финансовую устойчивость.

Однако сам факт вовлеченности граждан в инвестиционные процессы еще не гарантирует высокой отдачи как для инвесторов, так и для экономики страны в целом. Для повышения эффективности участия населения необходимо создать условия, при которых инвестиционная активность становится более осознанной, доступной, безопасной и выгодной.

Только 1,8–2,1 % взрослого населения Беларуси имеет брокерский счет. Объем торгов физлиц на Белорусской валютно-фондовой бирже — менее 4 % от общего оборота (для сравнения: в России — 47 %, в Польше — 28 %). Одной из ключевых возможностей увеличения эффекта от участия населения в купле-продаже ценных бумаг является

повышение уровня финансовой грамотности. Неполное понимание принципов работы фондового рынка приводит к ошибочным инвестиционным решениям, завышенным ожиданиям или, наоборот, к отказу от участия в инвестициях из-за страхов и недоверия.

Долгосрочные вложения создают более стабильную финансовую базу для развития экономики, поддерживают инвестиционные проекты и уменьшают зависимость от внешних источников. Для видимого эффекта важен стимул для таких вложений. Программы налоговых льгот, специальные сберегательные инвестиционные счета, долгосрочные облигации для населения повышают мотивацию инвестировать не на короткий спекулятивный период, а на годы.

Повышение эффекта от купли-продажи ценных бумаг для населения может быть достигнуто при упрощении доступа и инфраструктуры. Например, чтобы снизить барьеры при открытии брокерских счетов (для преодоления необходимости посредничества, технических ограничений), можно использовать: дистанционную идентификацию; простые цифровые анкеты; мобильные приложения, в которых будут размещаться инструкция и все условия процесса купли-продажи. При сокращении транзакционных издержек для торговых субъектов можно обеспечить больший интерес и вовлеченность в процесс купли-продажи ценных бумаг, что активнее сформирует собственные источники финансирования для предприятий и государства.

Повышение эффекта от участия населения в купле-продаже ценных бумаг предполагает системный подход: образование, доступность, безопасность, стимулирование долгосрочных вложений и развитие сервисов поддержки. Комплекс этих мер позволит превратить частные инвестиции в мощный источник экономического роста и устойчивого развития страны.

*СНИЛ «Гандаль»
П. А. Рогацевич
БГЭУ (Минск)*

Научный руководитель — С. О. Белова, канд. экон. наук, доцент

РОЛЬ СОБСТВЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕТЕВОГО РЕТЕЙЛА

Рост оборота розничной торговли Республики Беларусь на 68 % за 2020–2024 гг. — с 54 до 91 млрд р., увеличение числа торговых объектов (с 10 697 до 10 699 в 2023–2024 гг.) способствуют обострению конкуренции на потребительском рынке [1]. Одна из возможностей укрепления конкурентного положения и повышения конкурентоспособности сетевого ретейла — создание собственных торговых марок (далее — СТМ).