

только на билет в музей, но и на гостиницу, питание, транспорт и сувениры. По оценкам экспертов, каждый рубль, вложенный в туризм, приносит 3–4 р. в смежные отрасли экономики [3]. Сейчас туристы в Витебске часто находятся транзитом (несколько часов) и не остаются ночевать, из-за чего город теряет деньги.

Для исправления ситуации предлагается внедрить следующие меры:

- необходимо развивать бренд не просто музея, а целого «квартала искусств». Это заставит туриста остаться в городе на 1–2 дня, что увеличит средний чек поездки;

- в настоящее время рынок качественных сувениров с символикой супрематизма развит слабо. Привлечение местных ремесленников к созданию дизайнерских товаров позволит создать новые рабочие места и увеличить налоговые поступления;

- учитывая развитый IT-сектор в Беларуси, можно создавать платные виртуальные экскурсии и приложения дополненной реальности для иностранных туристов, которые не могут приехать лично.

Таким образом, наследие Витебской художественной школы является важным экономическим ресурсом. Переход от простой эксплуатации музеев к созданию полноценного туристического продукта позволит привлечь в регион инвестиции и увеличить поток иностранных туристов, что положительно скажется на ВРП Витебской области.

Источники

1. Annual Report 2023 // Gala — Salvador Dalí Fundacion. — URL: <https://www.salvador-dali.org/en/service/press/reports/> (date of access: 25.05.2025).

2. Более 55 тыс. туристов посетили музей Марка Шагала в Витебске в 2024 году // БелТА. — URL: <https://belta.by/culture/view/bole-55-tys-turistov-posetili-muzej-marka-shagala-v-vitebske-v-2024-godu-716038-2025/> (дата обращения: 26.11.2025).

3. *Гуляев, В. Г.* Туризм: экономика и социальное развитие : учебник / В. Г. Гуляев. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 304 с.

Н. М. Цодов
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И. А. Леднёва, канд. экон. наук, доцент

ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Отношения в области защиты прав потребителей регулируются Гражданским кодексом Республики Беларусь, Законом Республики Беларусь «О защите прав потребителей» от 9 января 2002 г. № 90-З

и иным законодательством, международными договорами Республики Беларусь, а также международно-правовыми актами, составляющими право Евразийского экономического союза.

В Республике Беларусь выстроена четкая система кто, как и на каких стадиях защищает права потребителей. В досудебном порядке это делают госорганы по компетенции. Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь (далее — МАРТ) — регулятор и координатор этой сферы, а другие госорганы, например в сфере здравоохранения, туризма, транспорта, защищают права потребителя. Первая ступенька — исполкомы на местах. В законодательстве об обращении граждан и о защите прав потребителей говорится о том, что первоначально права потребителей подлежат защите на той территории, где произошло само событие, возникла проблемная ситуация: продан некачественный товар, плохо оказана услуга. Потому на долю исполкомов приходится основная масса обращений. Если потребитель не согласен с итогами рассмотрения жалоб на базовом уровне, он может обратиться в облисполком или Минский горисполком, если первоначально рассматривался вопрос в администрации района столицы. На последней стадии подключается МАРТ [1]. Также МАРТ дает разъяснения и разрабатывает законодательство, анализирует, не нарушаются ли права потребителей в разрабатываемых нормативных правовых актах другими госорганами.

В 2024 г. в МАРТ и местные исполкомы поступило более 10 тыс. обращений от потребителей по защите их прав, по результатам рассмотрения которых был компенсирован материальный ущерб на сумму 1626,4 тыс. р. В результате проверок вынесено 293 предписания об устранении нарушений и составлен 231 протокол. Исполкомы подали 161 иск в суд, а сумма штрафов за несоблюдение прав потребителей составила 348,6 тыс. р. [2].

Кроме того, активно помогает людям и Белорусское общество защиты потребителей. В 2024 г. за помощью обратились 17 613 потребителей, столкнувшихся с некачественными товарами и услугами. Организация зарегистрировала 150 претензий и подала 401 иск, заключив при этом 112 мировых соглашений [2]. Также Региональное общество защиты потребителей предоставило более 15 тыс. консультаций по правовым вопросам и подало свыше 400 исков, большинство из которых удовлетворены судами. В итоге потребители получили более 800 тыс. р. в качестве компенсаций, а также заключили более 100 мировых соглашений.

В Республике Беларусь на законодательном уровне создана эффективная система защиты прав потребителей.

Источники

1. Друк, М. В МАРТ и исполкомы в прошлом году за защитой своих прав обратилось почти 10,8 тысячи потребителей / М. Друк // SB.BY.

Беларусь сегодня. — URL: <https://www.sb.by/articles/kogda-pokupatel-vprave.html> (дата обращения: 28.11.2025).

2. Сколько белорусов обратилось за защитой прав потребителей за 2024 год // Office Life. — URL: <https://officelife.media/news/60955-skolko-belorusov-obratilos-po-voprosu-o-zashchite-prav-potrebiteley-za-2024-god/> (дата обращения: 29.11.2025).

А. С. Шевцова, В. А. Гаврук
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И. В. Прыгун, канд. экон. наук, доцент

ВЛИЯНИЕ МАРКЕТПЛЕЙСОВ НА РАЗВИТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ СФЕРЫ УСЛУГ

Претерпеваемые глобальной экономикой глубокие и непрерывные трансформации наряду со всеми составляющими делают неизбежным переход к инновационному типу развития, который немислим без использования информационных технологий [1, с. 5]. Цифровая трансформация национальной экономики оказывает существенное влияние на развитие потребительского рынка и сферы услуг, которые являются ключевыми элементами социально-потребительского комплекса Республики Беларусь.

Маркетплейсы, представляя собой наиболее динамичное направление цифровизации, существенно изменяют механизмы взаимодействия между производителями, продавцами и потребителями. Объединяя множество продавцов и покупателей, они обеспечивают полный цикл продвижения, продажи и доставки товаров. Их стремительное распространение формирует новые экономические условия функционирования субъектов торговой деятельности и сферы услуг, что определяет актуальность исследования.

В Республике Беларусь в последние годы активно развиваются как международные (Wildberries, Ozon) маркетплейсы, так и национальные торговые онлайн-платформы (Onliner, E-mail, Deal.by, 21vek.by). Согласно официальным данным доля электронной торговли в розничном товарообороте страны за 2019–2024 гг. увеличилась почти втрое — с 4,1 до 11,7 %, а общий объем e-commerce превысил 1 млрд р. [2].

Одним из значимых последствий развития маркетплейсов является создание условий для более эффективного функционирования малого и среднего бизнеса. Платформы позволяют предпринимателям выходить на рынок без необходимости значительных инвестиций в собственные ИТ-решения, маркетинг или логистическую инфраструктуру. Расширение аудитории и улучшение логистических меха-