

- высокообеспеченные — требовательны к качеству, приобретают продукцию в фирменных магазинах, выбирая ее, прежде всего, по фирме-изготовителю, ее известности;
- среднеобеспеченные — требовательны к качеству, проявляют интерес к публикациям, оценкам специалистов, приобретают продукцию в магазинах, выбирая по оптимальным ценам;
- малообеспеченные — малотребовательны к качеству, покупают косметику по необходимости на рынках, в киосках;
- потребители с низким доходом — нетребовательны к качеству, приобретают в основном косметику повседневного спроса — мыло, шампунь, зубные пасты.

Отмечается увеличение спроса на противозрастные средства. Из-за старения населения возрастная косметика пользуется все большим спросом, за счет этого появилась новая тенденция на рынке — геронтологическая косметика.

Перспективным сектором является продукция для подростков, так как они наиболее восприимчивы к новинкам, а их кожа требует особого ухода.

Появилась в продаже и косметика для различных групп потребителей, например для беременных женщин, горнолыжников, людей, испытывающих проблемы климатической адаптации, и ряда других.

Модными направлениями является спа-косметика и косметические средства в монодозных упаковках.

Крупные косметические компании Беларуси работают в нижнем и среднем ценовых сегментах. Нишу дорогих косметических средств заняли известные зарубежные компании.

Белорусские производители учитывают потребности всех категорий покупателей и следуют последним мировым тенденциям рынка косметических товаров.

*Н.М. Ильин, канд. экон. наук, профессор  
БГЭУ (Минск)*

## **ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТОВАРНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЫНКЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ**

Формирование товарного предложения по составу и структуре ассортимента товаров обусловлено общественным производством. Разработка и реализация мер по развитию производства предметов потребления и удовлетворению потребностей граждан является не только социально-экономической, но и политической функцией государства.

Анализ закономерностей общественного развития показывает, что уровень жизни определяется степенью развития производственного потенциала, а для повышения эффективности экономики есть единственный безальтернативный путь снижения затрат времени на выпуск про-

дукции. В этой связи государственное управление приоритетно должно стимулировать развитие производства как исходного условия формирования товарного предложения. При этом необходимо достижение гармоничной взаимосвязи природных, экономических, трудовых, научно-технических ресурсов в производстве товаров и формирующих человека, как физиологически, духовно развитого потребителя и активного творческого производителя.

Сложившийся в республике производственный потенциал во многом был сформирован с общесоюзными интересами и не отличался высокой сбалансированностью и местными ресурсами. Значительная часть предприятий была специализирована на выпуск материалоемких и энергоемких видов продукции. Вместе с тем республика отличалась высоким уровнем развития производства потребительских товаров, что позволяло осуществлять их значительную поставку в другие республики. В 1989 г. превышение экспорта над импортом по продуктам питания составляло 19,7 %, по товарам легкой промышленности — 26, товарам — 44,4, культуртоварам — 67 %.

Наступивший с 1991 г. спад выпуска большинства товаров негативно сказался на их товарном предложении и, несмотря на то что в 1996 г. начался рост производства многих товаров, однако их выпуск в 2009 г. оказался ниже уровня 1990 г. Так, выпуск в 2009 г. тканей составил 42,1 %, трикотажных товаров — 32, кожаной обуви — 23,7, телевизоров — 27, велосипедов — 15,4 %. Удельный вес легкой и пищевой промышленности в общем объеме промышленной продукции снизился с 32,1 % в 1990 г. до 21,9 % в 2009 г.

В сложном положении находится одна из ведущих отраслей по производству потребительских товаров — легкая промышленность. Ее удельный вес в общем выпуске промышленной продукции снизился с 17,2 % в 1990 г. до 4,0 % в 2009 г. Существенно возросла техническая отсталость производства большинства товаров. Если в относительно застойные годы обновление основных средств составляло в 1990 г. 8,7 %, то в 2000 г. — 3,1, в 2005 г. — 2,5 %. И только в 2009 г. оно стало расти и составило 6,1 %, что явно не соответствует требованиям ускоряющегося технического прогресса.

Более стабильная ситуация в производстве продовольственных товаров. При спаде производства в начале 1990-х гг., постепенно происходит рост производства важнейших продуктов питания. Соответственно удельный вес продовольственных товаров в общем объеме производства потребительских товаров увеличился с 34,8 % в 1990 г. до 60,5 % в 2009 г. Вместе с тем пищевая промышленность имеет низкий уровень рентабельности (7,1 %), инновационная активность предприятий носит весьма ограниченный характер. Так, в 2009 г. только 7,8 % предприятий осуществляли инновации, а объем отгрузки инновационной продукции составил 1,7 %.

Проблемы развития выпуска товаров во многом обусловлены низким техническим уровнем производства. Физически и морально уста-

ревшие фонды и технологии, медленные темпы их обновления существенно сказываются на производительности, ассортименте и качестве выпускаемых товаров, их конкурентоспособности. Это приводит к снижению экспорта и увеличению импорта товаров. Так, в 2009 г. импорт потребительских товаров превысил их экспорт на 11,6 %, а по непродовольственным товарам он превысил на 38 %. Возрастает удельный вес реализации потребительских товаров в розничной торговле. В 2000 г. он составил 16,1 %, в 2005 г. — 21,7, в 2009 — 36,5 %.

Под влиянием импорта возросли требования населения к качеству и ассортименту товаров, которым не отвечают действующие мощности. Только техническое перевооружение предприятий может обеспечить увеличение производства новых, совершенных, конкурентоспособных изделий, отражающих прогресс научно-технического развития. При этом развитие легкой, пищевой, мебельной промышленности как менее энергоемких могло бы быть более эффективным при участии республики в международном разделении труда.

*Р.М. Карсеко, канд. экон. наук, профессор  
БГЭУ (Минск)*

## **ЭФФЕКТИВНАЯ КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ — ОСНОВА СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕСА**

За последние годы серьезно изменились условия экономического развития Республики Беларусь, наблюдается ряд новых аспектов в сфере производства и обращения. Этому, прежде всего, способствовали определенная демократизация экономики, снижение степени централизма в управлении, развитие рыночных отношений и усиление конкуренции на внутреннем и внешнем рынках.

Возникшие новые экономические условия потребовали таких форм управления и хозяйствования, которые были бы адекватны рыночным отношениям. Приватизация государственной собственности, активное развитие прогрессивных форм ведения рыночного хозяйства потребовали необходимость изучения экономических явлений, которые в новых условиях играют особую роль. К их числу относится коммерческая деятельность, интерес к организации и управлению которой у хозяйствующих субъектов значительно усилился.

Следует отметить, что в экономической литературе и практической деятельности экономическая сущность коммерческой деятельности зачастую трактуется достаточно узко и сводится главным образом к процессу торговли товарами и услугами. Конечно, реализация товаров и услуг является конечной целью коммерческой работы, но продажа является лишь завершающим звеном в процессе движения товара от производителя к потребителю. Если раньше коммерческую деятельность рассматривали в основном в торговой сфере, то в нынешних условиях