

НАПРАВЛЕНИЯ АКТИВИЗАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА

Важнейшим экономическим показателем в период финансового кризиса является состояние потребительского рынка, образованного отдельными лицами и домохозяйствами, покупающими или приобретающими товары и услуги для личного потребления. Оно отражает, каким образом кризис оказал влияние на население того или иного государства. Известно, что на покупательскую способность граждан в первую очередь влияют занятость населения, его доходы и расходы, уровень цен, а это отражается на объеме и структуре продаж, результативности работы предприятий торговли и, как следствие, на эффективности производства, одним из стимуляторов которого выступает потребительский рынок.

Современная тенденция развития торговли опирается, прежде всего, на соотношение магазинных и внемагазинных форм продажи товаров. В последние годы такое соотношение утратило позитивную динамику: 30 % розничного товарооборота реализуется сегодня на основе внемагазинных форм продажи товаров. По мнению большинства экспертов, соотношение форм продажи товаров должно идти по пути развития магазинных форм продажи товаров и широкого типового разнообразия розничных торговых объектов, что подтверждается в последние годы развитием в республике целого ряда сетевых структур. Характерной их особенностью является стремление постоянно поддерживать относительно низкие цены с учетом уровня денежных доходов значительной части населения. Поэтому развитие торговых сетей в республике не будет иметь успеха без дальнейшего проведения либерализации системы ценообразования.

Следует также выделить и другие направления активизации торговой деятельности:

- увеличение размеров магазинов, развитие таких типов, как гипер- и супермаркеты. Они позволяют покупателям экономить время и деньги, наиболее полно удовлетворять потребности в товарах, обеспечивают высокую культуру обслуживания. Для отечественных производителей возможность расширения внутреннего рынка и объемов производства, для государства — это гарантированные налоги и новые рабочие места;
- формирование системы удобных магазинов, расположенных в радиусе пешеходной доступности и торгующих ассортиментом продовольственных и непродовольственных товаров первой необходимости. Магазины «шаговой доступности» имеют ряд положительных качеств: постоянная свежесть продукции, доступность для потребителя, высокий уровень оборачиваемости;

- расширение фирменной торговли и ее функционирования. В торговых точках, предлагающих продукцию от производителя, продукт более свежий, потому что условия хранения товара контролирует сам производитель, которому выгодно, чтобы продукт хранился в нормальных условиях, и цены были ниже, чем в розничной сети и гипермаркете. В точках фирменной торговли можно оперативно реагировать на замечания покупателей, потому что продавец сам является представителем производящей компании и все вопросы и замечания может быстро донести непосредственно до производителя;

- перевод торговых мест продавцов с открытых рынков, на которых продаются в основном импортные товары, в помещения, обеспечивающие необходимые условия продажи товаров и обслуживания покупателей.

Таким образом, основными направлениями развития потребительского рынка в Республике Беларусь являются изменения в сфере ценового регулирования, уменьшение налоговой нагрузки, либерализация рынка труда, внесение изменений в систему его мотивации, повышение инвестиционной привлекательности Республики Беларусь.

*И.В. Прыгун, канд. экон. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА ТРУДА В СФЕРЕ ТОВАРНОГО ОБРАЩЕНИЯ В ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Современное состояние общества характеризуется переходом к инновационной экономике, важнейшим элементом которой является формирование рынка труда с соответствующими характеристиками: спросом на рабочую силу — в форме потребности на занятие свободных рабочих мест и выполнение работ; предложением рабочей силы — в наличии незанятой рабочей силы или желании работников изменить место работы; ценой рабочей силы — в виде заработной платы; конкуренцией — между работниками на занятие того или иного рабочего места или выполнение работы и между работодателями за привлечение нужной рабочей силы по количественному и качественному составу.

Отличие рынка труда от других рынков заключается в том, что труд не имеет вещественной формы и является важнейшей сферой жизнедеятельности человека и формой самовыражения личности.

Через рынок труда регулируются отношения, связанные с воспроизводством, распределением и перераспределением рабочей силы. Государственное регулирование рынка труда в сфере товарного обращения охватывает формирование отраслевой, территориальной и профессиональной структуры трудовых ресурсов, подготовку и переподготовку кадров, а также социальную защиту населения.