

Производители керамической плитки в Беларуси могут предложить потребителю прекрасные образцы этого вида покрытия. Ассортимент продукции белорусских заводов достаточно широк — от традиционной санитарной керамики и керамогранита до имитации живого камня и малых архитектурных форм. В Беларуси производством керамической плитки занимаются три предприятия — ОАО «Керамин», ОАО «Брестский комбинат строительных материалов» и ОАО «Березастройматериалы».

Единственным производителем линолеума в Республике Беларусь является предприятие ОАО «Гомельстройматериалы». Ввиду того, что внутреннее производство удовлетворяет потребности рынка всего на 3,5–4 %, импорт данного товара, в первую очередь из Российской Федерации, поощряется. Распоряжения и законы, ограничивающие ввоз линолеума в страну, отсутствуют, равно как и любые квоты на его ввоз.

Учитывая динамику внутреннего производства, можно утверждать, что в ближайшие годы доля импорта на рынке линолеума в Беларуси сохранится на уровне 97–98 %. Причем названная выше специфика торговых отношений между Республикой Беларусь и Российской Федерацией, а также конкурентоспособная цена на российский линолеум (по сравнению с европейскими аналогами), которая делает его привлекательным как для операторов рынка, так и для конечных потребителей, дают основания предположить, что доля российского линолеума в общем объеме импорта будет расти.

Таким образом, основными видами напольных покрытий, пользующихся спросом на российском и белорусском рынках, являются линолеум, ламинат, ковролин, керамическое покрытие. Также в продаже присутствуют и другие материалы, но их доля значительно меньше. В ближайшие годы очевидно увеличение импорта линолеума и ламината из Российской Федерации в Республику Беларусь. Чтобы изменить данную тенденцию, необходимо налаживание производства данных видов напольных покрытий внутри страны.

***В.И. Иванова**, аспирантка
БГЭУ (Минск)*

О ПРОГНОЗИРОВАНИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

Особое место в региональных исследованиях занимает изучение проблем регионального потребительского рынка, состояние и тенденции развития которого в условиях рыночных отношений являются важнейшими показателями уровня и качества жизни населения региона. Несмотря на глубину создаваемых отечественными авторами научных работ, исследования многих из них сводятся к изучению функциониру-

ния и развития потребительского рынка. Вместе с тем, на наш взгляд, в экономической литературе не уделяется достаточного внимания проблеме его прогнозирования.

В большинстве работ прогнозирование развития потребительского рынка осуществляется на основании общих показателей в целом по стране, что, по мнению автора, не учитывает неоднородность развития региональных рынков, которая подтверждается присущими только им инфраструктурой, емкостью рынка, каналами и схемами товародвижения и т.п. В связи с этим особенно важной задачей для государства выступает поиск оптимальных путей устранения имеющихся диспропорций в уровнях социально-экономического развития регионов. Ее решение призвана обеспечить отлаженная система государственного прогнозирования и программ социально-экономического развития страны и ее территориальных образований. Так, основной целью регионального прогнозирования потребительского рынка является достижение доступного по ценам и другим условиям продаж удовлетворения платежеспособного спроса населения на товары и услуги, а также повышение уровня регулирующего воздействия подобных рынков на развитие отечественного бизнеса.

Поскольку рассматриваемая проблема является весьма актуальной в настоящее время, автор предлагает рассмотреть одну из возможных методик прогнозирования потребительского рынка, заключающуюся в проведении подготовительного этапа прогноза с целью предварительной структуризации объектов и выявления проблемных для прогнозирования регионов, а затем собственно прогнозирования на основании результатов указанного этапа. Это незаменимый инструмент для повышения эффективности прогнозирования потребительского рынка Республики Беларусь, поскольку первоначально прогноз составляется для каждого региона (в зависимости от его типа), а затем уже прогнозируется развитие потребительского рынка в целом по стране. Также следует отметить, что предложенная автором методика может стать частью методологической базы для составления прогнозов и принятия управленческих решений в разрезе регионального прогнозирования потребительского рынка Республики Беларусь.

Таким образом, автор хочет подчеркнуть важность регионального прогнозирования потребительского рынка. Прогнозирование с учетом региональной составляющей поможет определить линию развития потребительского рынка, наиболее приближенную к будущей реальности, на основе рассмотрения всех факторов влияния.