

## **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Рассматривая данный аспект развития экономики, следует отметить, что позитивным итогом работы торговых организаций в 2006 году является стабильное обеспечение населения потребительскими товарами. В январе-сентябре 2006 года объем розничного товарооборота возрос на 12,1 % по сравнению с аналогичным периодом 2005 года при прогнозе 8-9 %. Удельный вес непродовольственных товаров с каждым годом увеличивается примерно на 5 % (с сентября 2005 г. по сентябрь 2006 г. увеличился с 40 до 44 %). При этом, продажа телевизоров выросла в 2 раза по сравнению с 2005 годом, трикотажных изделий, холодильников – на 14-20 %, одежды – на 15 %, чулочно-носочных изделий, стиральных машин – на 9-10 %. В развитии непродовольственной торговой сети приоритетная роль принадлежит универсамам и крупным магазинам комплексного спроса. В Минске работают уже несколько гипермаркетов – Bigzz, Гиппо, ProStore, Корона и другие. На экспорт поставляется большая часть произведенных в стране холодильников и морозильников, мотоциклов; на внутренний рынок – подавляющая часть стиральных машин, электробытовых приборов, радиоприемных устройств. В 2006 году экспортировалось свыше 50 % от объема выпуска часов бытовых, 70 % телевизоров, холодильников, морозильников, 80 % мотоциклов.

Происходят позитивные изменения на рынке непродовольственных товаров. Наблюдается увеличение спроса населения на товары отечественных производителей (стиральные машины, морозильники, пылесосы, швейные машины, трикотажные изделия, ткани льняные, шерстяные, обувь и др.), вследствие того, что цены на них существенно ниже, чем на аналогичные импортные товары.

В 2006 году на рынке непродовольственных товаров доля отечественных товаров в объеме продаж возросла, а удельный вес импортных товаров в товарных ресурсах снизился до 40 %. Потребности внутреннего рынка в телевизорах, холодильниках, мотоциклах и велосипедах обеспечиваются в основном за счет собственного производства. При этом продолжается процесс снижения удельного веса реализации товаров через организации торговли государственной формы собственности. Так, по итогам работы за 2006 год он составил 15,8 %, против 65,8 % в 1990 году и 24,9 % в 2000 г.; соответственно вырос удельный вес реализации товаров организациями частной формы собственности с 34,2 % в 1990 г. до 81,9 % в 2006 г. (2000 г. – 74,3 %).

В структуре продаж рынков доля оборота вещевых и продовольственных рынков снизилась по продовольственным товарам – с 28,7 % до 25,7 %, по непродовольственным товарам – с 44,1 % до 43,7 %.

Розничный товарооборот торговых организаций, включая общественное питание, в январе-октябре 2006 г. составил 12 718,8 млрд р. и увеличился по сравнению с январем-октябрем 2005 г. в сопоставимых ценах на 21,8 %.

В структуре оборота розничной торговли удельный вес продовольственных товаров в январе-октябре 2006 г. составил 56 %, непродовольственных – 44 %, это соответствует уровню января-октября 2005 г. На товары отечественного производства пришлось 80,2 % продаж в объеме розничного товарооборота, в том числе на отечественные продовольственные товары – 86,2 %, непродовольственные – 71,2 %. При этом планируется сократить долю продаж товаров на рынках, более высокими темпами наращивать товарооборот в торговых организациях. Удельный вес торговых организаций в общем объеме товарооборота предполагается довести к 2010 г. до 65,2 % (в 2005 г. он составил 63,8 %). Продолжится положительная тенденция улучшения структуры товарооборота. В частности, удельный вес продовольственных товаров в товарообороте в 2010 году будет составлять 49-50 %, непродовольственных – 50-51 % (в 2005 г. – 55 % и 45 % соответственно). При этом в структуре продажи непродовольственных товаров продолжится тенденция повышения доли товаров культурно-бытового и хозяйственного назначения, электробытовых товаров. Более высокими темпами, чем продажа товаров легкой промышленности, будет возрастать продажа технически сложных товаров бытового назначения (радио- и телеаппаратуры, бытовой техники), автомобилей, строительных материалов и т.д.

В последние годы значительно улучшилась структура потребительских расходов населения Беларуси. Наблюдается снижение доли расходов на покупку продуктов питания в общем объеме потребительских расходов – с 60 % в 2000 году до 45 % в 2005 г. В результате значительную часть своих денежных средств население Беларуси смогло направить на покупку непродовольственных товаров и оплату услуг. Так, в 2006 году в среднем на 100 домашних хозяйств приходилось 130 телевизоров (в 2000 г. – 119), 116 холодильников (в 2000 г. – 106), 13 компьютеров (в 2000 г. – 2). Электробытовые товары, являясь товарами длительного пользования, представлены во всех крупных торговых организациях Беларуси. Продажа холодильников, телевизоров в январе-сентябре 2006 г. по сравнению с аналогичным периодом 2005 года уменьшилась на 10 %.

Таким образом, в развитии потребительского рынка республики отмечается активизация инвестиционной деятельности, снижение удельного веса реализации товаров через организации торговли государственной формы собственности.