

время наблюдается рост доли крупных организаций в товарообороте за счет снижения доли средних организаций. Так, в 2014 г., по сравнению с 2013 г., за счет сокращения доли средних и малых торговых организаций доля крупных торговых организаций в общем товарообороте выросла на 2,8 % и составила 64,7 %.

Характерной чертой для сферы торговли в 2014 г. является падение доли рынка государственной торговли на 0,6 %. Это свидетельствует об открытости данного вида экономической деятельности для частного и иностранного капитала. Однако в 2014 г. доля рынка частной торговли также снизилась на 2 % — причиной тому явился стремительный рост торговых организаций с иностранным капиталом, доля которых увеличилась на 2,8 % по сравнению с 2013 г. и составила 14,7 % (в 2011 г. — 5,7 %).

Важным событием для торговой сферы Республики Беларусь стало открытие в 2005 г. первых гипермаркетов, которое знаменовало собой начало «эры гипермаркетов». Это событие положило начало быстрому переходу от розничной торговли к современному мировому формату и негативно сказалось на традиционных форматах торговли, поскольку выразилось в снижении количества рынков и значительном сокращении объемов продаж. Сегодняшние лидеры рынка делают ставки на максимально быстрое расширение торговой сети с постепенным проникновением в регионы и создание современной закупочной логистики как ключевого фактора роста и снижения закупочных цен, создание единых стандартов сервиса и мерчандайзинга.

Таким образом, в современных условиях необходимо уделять значительное внимание поддержанию конкурентной среды на рынке розничной торговли путем соблюдения равенства прав субъектов на осуществление торговли, не допускать развитие монополистической деятельности в сфере торговли, совершенствовать нормативную правовую базу в данной области; создавать условия для развития свободной конкуренции. Это будет способствовать развитию здоровой конкуренции внутри и между форматами торговли, повышению качества обслуживания покупателей, росту рентабельности в торговых организациях, а также позволит лучше удовлетворять запросы потребителей.

*Е.С. Бабанин  
А.Ю. Коровин  
БГЭУ (Минск)*

## **ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ: ПРОБЛЕМЫ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

В соответствии с Законом Республики Беларусь «О торговле» электронная торговля — это оптовая, розничная торговля, характеризующаяся

яся заказом, покупкой, продажей товаров с использованием информационных систем и сетей. По данным интернет-статистики мира [1], на июнь 2015 г. общее количество пользователей сети Интернет составило 3 270 490 584 человека, т.е. 45 % от общего количества населения Земли. Из этого огромного числа вытекает актуальность данной проблемы: все эти люди — потенциальные клиенты интернет-магазинов. Именно поэтому сегодня наблюдается такое бурное развитие интернет-торговли.

Сегодня неоспоримым фактом является то, что интернет-торговля несет пользу и выгоду для всех субъектов рынка. Для хозяйствующих субъектов онлайн-торговля обеспечивает дополнительный прирост товарооборота; стимулирует производителей; обеспечивает дополнительный приток покупателей; носит рекламно-информационный характер; может служить способом привлечения инвесторов.

Для потребителя она облегчает покупку товаров (выбор, заказ и т.д.); позволяет производить покупки на наиболее выгодных условиях; предоставляет самый широкий возможный ассортимент; предоставляет анонимность, снижает психологическое давление. Для государства и общества в целом обеспечивает прозрачную, честную конкуренцию; обеспечивает равномерное и наиболее полное распределение информации между субъектами торговли; дает прирост ВВП; повышает уровень сервиса и культуру торговли в целом.

Основные проблемы интернет-торговли: оплата, доставка, доверие покупателей.

1. Проблема оплаты включает в себя сразу несколько проблем: сложность оплаты через расчетные системы, чуждость электронных кошельков местному населению, отсутствие правовой базы и как следствие гарантий защиты прав населения.

2. Доставка — проблема большинства мелких и средних розничных торговых организаций.

3. Доверие — несмотря на существование интернет-торговли достаточно давно, до сих пор остается актуальной проблемой. Связано это прежде всего с тем, что покупатель видит только картинку товара, а не реальный товар.

Отдельно стоит выделить такую проблему, как отсутствие полноценного учета движения товаров и финансовых средств.

Предлагаются следующие меры по преодолению перечисленных проблем:

1) проблема оплаты: введение единой платежной системы в сети Интернет; интеграция существующих платежных систем, ликвидность средств на разных кошельках (имеется в виду наличие легкой возможности перемещать средства с одного кошелька на другой); конвертирование валюты без переплат; создание универсальных терминалов, принимающих любую валюту, и с возможностью переводить средства на любую существующую платежную систему; общее повышение гибкости существующих платежных систем; создание гарантий и условий для возврата средств;

2) оптимизация работы почтовой доставки, создание курьерских организаций, кооперация местных логистических организаций с международными;

3) использование простых и понятных снимков товара с разных сторон (возможно, создание 3D-моделей товара); увеличение расходов организаций на повышение лояльности покупателей, акцентирование на репутацию компании.

Также стоит создать мощную правовую базу, которая обеспечивала бы защиту прав потребителей с одной стороны и продавцов — с другой.

### **Литература**

1. Интернет-статистика мира [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>. — Дата доступа: 04.01.2016.

**Е.В. Баранова**  
**Д.И. Радкевич**  
БГЭУ (Минск)

## **РОЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ КРЕДИТОВ В РАЗВИТИИ РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И УСЛУГ**

В современном мире у множества людей может возникнуть срочная необходимость в приобретении услуг или товаров (например, машина, лечение, мобильный телефон и др.), для которых недостаточно финансов в данный момент. В таких случаях на помощь им приходят потребительские кредиты.

Потребительский кредит — это вид кредита, который предоставляется населению посредством денежных средств или товаров для удовлетворения их потребительских нужд [1]. Однако следует учитывать, что уровень развития, размеры задолженности кредиторов перед банками, количество выдаваемых кредитов и их суммы, а также другие показатели оказывают существенное влияние на экономику страны как в положительную, так и в отрицательную сторону.

В последнее время рынок потребительских кредитов в Республике Беларусь находился на стадии рецессии, что связано с экономической ситуацией в стране. Однако большинство специалистов утверждают, что с 2015 г. имеет место улучшение ситуации на рынке потребительских кредитов.

Так, в 2015 г. задолженность по потребительским кредитам, выданным коммерческими банками физическим лицам на потребительские нужды, снизилась на 0,5 трлн бел. руб. по сравнению с 2014 г. и составила 16,6 трлн бел. руб., что было вызвано, по мнению ряда спе-