

(чтобы уже на выпускных курсах они предлагали свои бизнес-планы и к моменту выпуска получали поддержку Белорусского фонда финансовой поддержки предпринимателей).

4. Усилить борьбу с коррупцией при приеме на вакантные престижные должности на предприятиях, в крупных организациях и органах государственного управления.

Литература

1. Ковальчук, Е. А. Безработица среди молодежи в Беларуси / Е. А. Ковальчук, И. С. Кулиникова // Национальная экономика Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития : материалы IX междунар. науч.-практ. конф. студентов, Минск, 13–14 апр. 2016 г. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: Г. А. Короленок (пред.) [и др.]. — Минск, 2016. — С. 203–205.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/socialnaya-sfera/demografiya_2/metodologiya-otvetstvennyye-za-informatsionnoe-s_2/. — Дата доступа: 06.04.2017.

О.А. Стасевич

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.В. Кармызов

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ И ДИНАМИКИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Одной из важнейших социально-экономических подсистем общества, главное предназначение которой поддержание оптимальных пропорций между производством и потреблением, спросом и товарным предложением и удовлетворение на этой основе материальных, духовных и социальных потребностей населения, является потребительский рынок. Его состояние отражает степень развития экономики, достижения промышленности и сельского хозяйства в производстве товаров народного потребления, уровень жизни народа [1].

Вместе с тем показатели состояния не способны отразить весь спектр тенденций развития рассматриваемого сегмента экономики, поэтому важно корректно оценивать не только текущее состояние, но и динамику изменения потребительского рынка, а также его основные тенденции и проблемы.

Целью данной работы является обоснованная аксиомами фундаментальной науки оценка динамики развития потребительского рынка за последние 10 лет.

В рамках настоящего исследования проведен анализ показателей, формируемых Национальным статистическим комитетом Республики Беларусь, с целью выявления основных из них, отражающих исчерпывающее количество сторон состояния потребительского рынка. По ито-

гам анализа определены показатели, включенные в модель следующего вида:

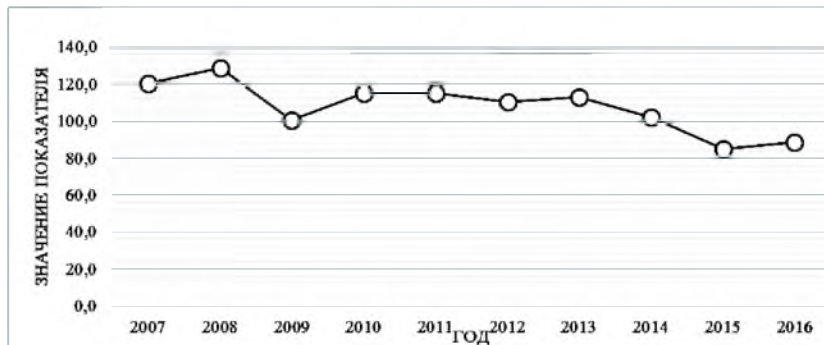
$$A = \sqrt[5]{I_1 \cdot I_2 \cdot I_3 \cdot I_4 \cdot I_5}, \quad (1)$$

где I_1 — индекс физического объема розничного товарооборота непродовольственных товаров в сопоставимых ценах; I_2 — индекс физического объема розничного товарооборота продуктов питания в сопоставимых ценах; I_3 — индекс реальных располагаемых денежных доходов населения, % к предыдущему году; I_4 — индекс количества индивидуальных предпринимателей и микропредприятий; I_5 — индексы инвестиции в основные средства в сопоставимых ценах по секции G.

Значение вышеуказанных показателей за 10 лет

Показатель	Год									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
I_1	112,7	116,3	104,0	112,7	105,0	113,5	111,2	105,3	99,6	98,1
I_2	123,2	133,4	102,6	122,9	128,7	116,1	125,2	107,5	97,8	93,8
I_3	113,1	111,8	103,7	114,8	98,9	121,5	116,3	100,9	94,1	92,7
I_4	142,4	140,0	112,6	106,6	103,2	102,5	101,2	94,2	91,4	98,5
I_5	113,9	146,2	83,4	118,2	145,6	100,7	112,2	102,9	52,9	65,7
Интегральный показатель	120,6	128,8	100,8	114,9	115,0	110,6	112,9	102,1	85,0	88,8

Из рассчитанных показателей можно сделать выводы, что потребительский рынок за последние 10 лет развивался разнонаправленно; в 2007–2014 гг. имел место весьма стабильно замедляющийся рост; в 2009 г. на экономике Республики отразился мировой экономический кризис, а в последние 2 года наблюдается стагнация потребительского рынка (совокупное падение составило более 25 %), что наглядно отражено на графике (см. рисунок).



Динамика интегрального показателя

Литература

1. Прыгун, И. В. Состояние, проблемы и направления совершенствования потребительского рынка Республики Беларусь [Электронный ресурс] / И. В. Прыгун // Исследование потребительского рынка : материалы семинара для студентов, магистрантов и аспирантов, Минск, 17 мая 2003 г. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2003. — С. 5–9. — Режим доступа: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/29651>. — Дата доступа: 05.04.2017.

2. Экономика организаций торговли : учеб. пособие / под ред. Р. П. Валевич, Г. А. Давыдовой. — Минск : БГЭУ, 2010. — 671 с.

К.М. Сухалет

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Р.П. Валевич** — канд. экон. наук

ВОЗМОЖНОСТЬ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СРАВЕДЛИВОСТИ В ХОДЕ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РАССЛЕДОВАНИЯ

Возникновение и развитие глобальной экономики положило начало развитию производственной, торговой, финансовой, обслуживающей и других видов деятельности, осуществляемых в сетевом формате. Торговые сети являются своего рода компасом и полигоном, определяющим направления развития конкуренции и эффективность инновационного развития.

В деле развития сетевого бизнеса в торговле появляются претензии к нему: поставщики товаров и стационарная сеть считают, что сети приобретают черты монополистов. Действительно, в целях получения конкурентного преимущества сети не только налаживают взаимовыгодные отношения с поставщиками, но одновременно и диктуют им условия сотрудничества, опираясь на собственную силу и влияние [1].

Видоизменение отношений розничных торговых сетей и производителей ведет к переходу от цепей поставок, регулируемых производителями, к построению цепей поставок, регулируемых покупателями. Сети намеренно формируют собственные цепи поставок, что позволяет им регулировать их параметры и воздействовать на них, заставляя предприятия, входящие в данную структуру, подчиняться сложившимся условиям распределения финансовых ресурсов. Работа с розничными торговыми сетями стала выгодной за счет объемов и устойчивости продаж, и наличие товаров производителя на полках ведущих сетей стало одним из действенных путей формирования положительного имиджа на рынке [2].

Реформация отношений и нарушения равновесия рыночной власти привели к тому, что появилась необходимость активизации работы антимонопольных органов и проведения расследований по поводу обретенных субъектами хозяйствования доминирующего положения на рынке.