

**М.А. Шишло, А.Г. Радкевич**  
БГЭУ (Минск)

**Научный руководитель А.В. Кармызов — магистр экон. наук**

## **РОЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

На сегодняшний день одной из важнейших проблем рыночных отношений является формирование и эффективное развитие рынка потребительских товаров. Рынок потребительских товаров — это важная составляющая экономического рынка страны, соединительное звено между производством и потреблением. На потребительском рынке реализуются повседневные потребности населения страны, уровень удовлетворения которых определяет эффективность функционирования всей экономики в целом, а также ее способность к конкуренции. В связи с этим приоритетным направлением для Республики Беларусь в настоящее время является решение проблем стабилизации и развития потребительского рынка страны [1].

Современный рынок потребительских товаров Республики Беларусь — сложное системное образование, включающее ряд подсистем, функционирующих на основе принципов. Состояние потребительского рынка товаров и услуг характеризуют показатели, важнейшим из которых является объем конечных продаж потребителям, или розничный товарооборот (см. таблицу).

Розничный товарооборот за 2012–2015 гг.

Показатель	Год			
	2012	2013	2014	2015
Розничный товарооборот: в фактически действовавших ценах, млрд руб.	202 309,0	268 018,7	318 100,0	347 239,6
в сопоставимых ценах, в про- центах к предыдущему году	114,1	118,0	106,0	98,7

*Источник:* составлено на основе [2].

По данным таблицы видно, что в период с 2012 по 2015 г. наблюдается снижение розничного товарооборота в сопоставимых ценах.

Непосредственное влияние на развитие рынка потребительских товаров и услуг Республики Беларусь оказало сложное социально-экономическое положение. 2015 г. стал для экономики Беларуси годом существенного ухудшения множества социально-экономических показателей. ВВП сократился по сравнению с 2014 г. на 3,9 %. Отрицательные темпы роста ВВП в стране наблюдались впервые за последние 19 лет с 1995 г. Существенный спад был отмечен в промышленности (6,6 %),

сельском хозяйстве (2,8 %), строительстве (9,5 %) и других видах экономической деятельности. Цены на товары и услуги в 2015 г. выросли в среднем на 12 %, а реальные денежные доходы населения сократились на 5,9 %. В таком контексте падение потребительского рынка на 1,3 % не воспринимается как крайне негативное. Сокращение розничного товарооборота в значительной степени отставало от темпов падения реальных денежных доходов населения, что свидетельствует о расходовании денежных сбережений населения.

Следовательно, одной из проблем потребительского рынка Республики Беларусь является его сокращение, которое последовало за падением реальных денежных доходов населения. Из-за высоких темпов девальвации белорусского рубля в долларовом выражении розничный товарооборот торговли и общественного питания сократился в 2015 г. на 35,7 % в сравнении с 2014 г. и составил 22 890,9 млн долл. США. В товарной структуре розничного товарооборота торговли и общественного питания в 2015 г. заметно выросла доля продовольственных товаров (около 52,0 %). Эта тенденция связана с существенным снижением уровня жизни населения Беларуси. Следовательно, ключевые показатели состояния и развития потребительского рынка могут служить индикаторами состояния всей экономики, критериями уровня жизни, а работа над системным улучшением их значений должна быть приоритетной для органов власти.

#### Литература

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

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [belstat.gov.by](http://belstat.gov.by). — Дата доступа: 23.02.2017.

**И.Н. Шостак**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель А.В. Владыко — канд. экон. наук, доцент*

## ПРОЦЕССНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ И ПРЕИМУЩЕСТВА ЕГО ВНЕДРЕНИЯ

Линейно-функциональная структура управления, характерная для большинства современных торговых организаций, по мнению ее руководителей, выступает единственным эффективным способом управления торговым бизнесом. О преимуществе такого подхода в управлении можно было утверждать до факта появления системных методов (в начале XX в.), внедренных впервые А. Смитом и Ф. Тейлор.

В неопределенности экономической среды условием удержания конкурентных позиций на рынке и достижения лидерства на нем выступает эффективный и мобильный бизнес, гибкий и быстро реагирующий