

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В МИНСКЕ

Потребительский рынок тесно связан с развитием экономики страны и политикой государства. Главной целью потребительского рынка является наиболее полное удовлетворение потребностей населения качественными и безопасными товарами и услугами.

Потребительский рынок крупного города имеет ряд отличий от потребительских рынков средних и малых городов. Преимуществом является концентрированность большого количества потребителей. В связи с этим появляется возможность выделения большего количества крупных сегментов потребителей с различными характеристиками (возраст, пол, размеры одежды и т.д.) и предпочтениями (цена, качество, модель и т.д.). Таким образом, формируется более развитая рыночная инфраструктура, повышается инвестиционная привлекательность города. Помимо этого потребительский рынок крупного города включает в себя рынки разного территориального масштаба (от локальных до национальных и международных).

В условиях кризиса наблюдается ухудшение деятельности экономических субъектов и снижение основных экономических показателей. В 2016 г. розничный товарооборот Минска уменьшился на 2,4 % в сопоставимых ценах к предыдущему году, товарооборот общественного питания — на 5,2 %. Главной причиной снижения основных показателей потребительского рынка стало падение реальных располагаемых денежных доходов населения Минска, которые в 2016 г. составили 94 % к уровню 2015 г.

За 2016 г. произошло снижение ВВП на 2,6 %, он составил 94,3 млрд руб. Сальдо внешней торговли товарами и услугами в Беларуси по итогам 2016 г. отрицательное — 49,8 млн долл. США. Экспорт товаров и услуг составил 29 758,1 млн долл. США, по сравнению с 2015 г. он стал меньше на 9,3 %. Импорт товаров и услуг в прошедшем году снизился на 8,8 % и составил 29 807,9 млн долл. США.

Благоприятное воздействие на потребительский рынок оказывает снижение ставки рефинансирования с 25 до 16 % (на 22 февраля 2017 г.). Это делает доступными для населения потребительские кредиты.

С целью поддержания отечественного производителя было введено два указа Президента Республики Беларусь: от 16 мая 2014 г. № 222, который запретил индивидуальным предпринимателям реализовывать товары без сертификатов качества, и от 11 февраля 2016 г. № 40, который уменьшил таможенный лимит с 200 до 22 евро. Снижение конкуренции для местных производителей станет предпосылкой для падения конкурентоспособности отечественной продукции на зарубежных рын-

ках. Уже сейчас на потребительском рынке наблюдается низкая удовлетворенность населения приобретаемыми товарами.

Литература

1. Основные показатели розничной торговли и общественного питания [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Респ. Беларусь. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. — Дата доступа: 23.02.2016.

2. Новые пошлины на товары из-за границы — полный текст указа № 40 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: telegraf.by. — Дата доступа: 24.02.2016.

3. О регулировании предпринимательской деятельности и реализации товаров индивидуальными предпринимателями и иными физическими лицами [Электронный ресурс] // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.pravo.by>. — Дата доступа: 24.02.2016.

Е.А. Киселева
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Г.А. Бондаренко — канд. экон. наук, доцент

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ОПЫТ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ

Переход к рыночной экономике поставил перед белорусскими предприятиями ряд проблем, главной из которых является, как утвердилось в условиях возрастающей конкуренции, сокращения рынков сбыта из-за высоких цен на продукцию и неплатежеспособности покупателей, сложностей поиска поставщиков сырья, материалов и ограниченности финансовых ресурсов.

Развитие сети интернет и появление электронной торговли (в американской традиции чаще используется термин «электронная торговля», в европейской — «электронная коммерция») вызывают существенные перемены в экономике и бизнесе, приводят к изменению традиционных положений экономической теории и практики. Технологии и стандарты передачи данных через сеть интернет стали универсальной средой обмена коммерческой информацией, что во многом определило принципы ведения бизнеса в сфере электронной коммерции. Интеграция бизнеса в мировое сообщество в условиях динамичного развития экономических процессов сопряжена с постоянно изменяющимися условиями работы бизнес-сообщества, с появлением новых технологий обработки коммерческой информации, что приводит к необходимости постоянного изменения и совершенствования специализированных компьютерных приложений. При этом любая программная торговая