

4) коммерческими организациями различных организационно-правовых форм, которые осуществляют микрофинансовые и инвестиционные операции на безлицензионной основе.

Микрокредитование в Беларуси имеет большой потенциал развития, так как в большинстве случаев организации прибегают к услугам кредитования как при открытии бизнеса, так и в течение ведения хозяйственной деятельности. Согласно статистическим данным, по состоянию на 1 января 2018 г. в республике действовало 112,282 тыс. предприятий — субъектов малого и среднего бизнеса и 236,138 тыс. индивидуальных предпринимателей, их количество и взнос в основные экономические показатели не изменилось значительно по сравнению с уровнем на 1 января 2017 г. За 2017 г. снижение произошло среди малых предприятий (на 90) и средних предприятий (на 102), в сегменте микропредприятий был рост на 178 единиц. В целом за 2017 г. количество субъектов МСБ снизилось на 14 единиц.

Учитывая факт увеличения количества предприятий малого бизнеса, необходимость доступа к финансовым ресурсам стоит наиболее остро. Решение данной проблемы представляет собой комплекс мероприятий по расширению институциональной среды за счет совершенствования нормативно-правовой базы, а также ресурсной базы путем корпоратизации микрофинансового сектора, обслуживания финансового рынка, обеспечения займов и страхования кредитных рисков.

И.А. Ивантей

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И.В. Прыгун, канд. экон. наук, доцент

О РЕГУЛИРОВАНИИ ТАРИФОВ НА УСЛУГИ СОТОВОЙ ПОДВИЖНОЙ ЭЛЕКТРОСВЯЗИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

На товарном рынке услуг сотовой подвижной электросвязи Республики Беларусь осуществляют деятельность следующие операторы: СООО «Мобильные ТелеСистемы», УП «Велком», ЗАО «Белорусская сеть телекоммуникаций», СООО «Белорусские облачные технологии».

Общее количество абонентов сотовой подвижной электросвязи на 1 января 2018 г. достигло 11,41 млн. Сотовой подвижной электросвязью охвачено 98,2 % территории республики, на которой проживает 99,9 % населения.

СООО «Мобильные ТелеСистемы» и УП «Велком» в соответствии с нормами Закона Республики Беларусь от 12 декабря 2013 г. «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» занимают доминирующее положение на товарном рынке услуг сотовой подвижной электросвязи. В настоящий момент доли указан-

ных операторов на товарном рынке услуг сотовой подвижной электро-связи составляют порядка 42–45 % по абонентской базе. В отношении данных хозяйствующих субъектов применяются меры ценового регулирования [1].

Проанализированные рыночные критерии и показатели, такие как доходы и уровень тарифов операторов, размеры долей, занимаемых на товарном рынке, уровень концентрации и другие указывают на недостаточно развитый уровень конкуренции, который при сохранении существующих тенденций не изменится в будущем. Отсутствие эффективной конкуренции связано в значительной степени с воздействием следующих факторов: наличие на рынке доминирующих операторов, которые имеют большую и стабильную абонентскую базу; структурные вопросы, такие как переносимость номера, уровень покрытия и технология сети или других факторов.

Указанные факторы вызывают наиболее сильное влияние на третьего оператора, которому необходима более крупная и доходная абонентская база для возможности конкурировать с доминирующими операторами.

Поэтому своевременное институциональное вмешательство необходимо в целях регулирования рыночных условий и обеспечения равных условий конкуренции для участников рынка.

Источники

1. Государственный реестр хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на товарных рынках Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь. — Режим доступа: http://mart.gov.by/sites/mart/home/activities/antimonopoly_reg/gosreestr/dominators.html. — Дата доступа: 27.11.2018.

А.М. Ивашкевич, Д.А. Нескоромная
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С.Н. Лапина, канд. экон. наук, доцент

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА РЫНКЕ ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Технологии производства пищевых продуктов постоянно развиваются, а с учетом появления все новых потребностей одновременно и совершенствуются. Сегодня потребитель все меньше обращает внимание на яркую упаковку продукта, а больше следит за компонентами, входящими в его состав. В этой связи исследование потребительских предпочтений на рынке хлебобулочных изделий на основе опроса потребителей хлебобулочных изделий представляется весьма актуальным.