

Ю.А. Тихоновецкая, аспирант,

В.Ф.Медведев, доктор экономических наук, профессор,

Белорусский государственный экономический университет

Современный рынок потребительских товаров Республики Беларусь является сложным системным образованием, включающим в себя целый ряд подсистем, функционирующих в соответствии с определенными принципами. Состояние потребительского рынка характеризует целый ряд показателей, важнейшим из которых является объем конечных продаж потребителям, или розничный товарооборот. При анализе динамики этого показателя за период 1990-2006 гг., необходимо отметить его устойчивый рост. Начиная с 1995 года, также происходит увеличение числа организаций торговли и общественного питания. По данным Министерства торговли, за январь-декабрь 2007 года объем розничного товарооборота, учитывая все каналы реализации, увеличился по сравнению с предыдущим годом на 15,3% и составил 38,3 трлн. руб. Организационными организациями общественного питания за 2007 год реализовано продукции на 1,9 трлн. руб., что в сопоставимых ценах на 9,7 % больше, чем за 2006 год.

Одним из положительных явлений на потребительском рынке на современном этапе является возникновение и усиление конкуренции. Это явление можно связать с ростом количества предприятий негосударственной формы собственности. Если до 2000 года негосударственными были, прежде всего, крупные магазины, универмаги, то в последующие годы возникла и получила развитие сетевая торговля, а также торговые центры, гипер- и супермаркеты. Наблюдается тенденция укрупнения сетей и вытеснения мелких, неэффективных предприятий. Доля частных торговых организаций неуклонно росла, и в 2006 году достигла 82% (для сравнения, в 1995 году этот показатель составлял 74%). Однако предприятия негосударственной формы собственности включают также и предприятия потребительской кооперации с присущей ей жесткой централизацией и контролем со стороны государства. В 1990 году негосударственные предприятия занимали в товарообороте 1,1% (без учета потребкооперации), в 1995 году этот показатель составил уже 46%, в 2000 году- 60,4 %, а в 2006 году- 71,6%.

В общем количестве магазинов растет число магазинов самообслуживания, фирменных магазинов, крупных торговых центров. Таким образом, происходит постепенное развитие конкурентной среды в торговле, что расширяет потребителям возможности выбора, способствует повышению культуры обслуживания, расширения спектра дополнительных услуг. Однако развитие конкуренции среди отечественных производителей происходит гораздо более медленными темпами. Наряду с недостаточно развитой конкурентной средой, существует проблема, оказывающая негативное влияние на возможности расширения производства собственной конкурентоспособной продукции. Это высокая степень изношенности основных фондов предприятий (60%). В первую очередь, речь идет о машинах и оборудовании (82%). Низкие темпы технического перевооружения, связанные с незначительными внешними инвестициями, не позволяют компенсировать нарастающий износ оборудования. Недостаток инвестиций также не позволяет осуществлять строительство новых предприятий. Несмотря на то, что число предприятий-монополистов относительно невелико- 177, по данным за 2006 год (порядка 7,6% промышленности в целом), они производят 52,3% промышленного выпуска.

По данным Министерства торговли Республики Беларусь, в структуре товарооборота за период январь-декабрь 2007 года опережающими темпами возросла реализация непродовольственных товаров (119,6 %) по сравнению с продовольственными (111,4 %). Удельный вес продовольственных товаров в январе-декабре 2007 года составил 51 %, непродовольственных-49 % .

Высокие темпы развития розничного товарооборота в немалой степени достигнуты благодаря росту реальных денежных доходов населения. Так, рост реальных располагаемых денежных доходов населения в 2006 году возрос по сравнению с 2005 годом на 15,9%. Следует также отметить, что, начиная с 2005 года, наметилась тенденция опережающего роста денежных доходов населения над уровнем цен на потребительские товары.

Таким образом, в последнее десятилетие происходит планомерное развитие потребительского рынка преимущественно за счет товаров отечественного производства, роста розничного товарооборота, совершенствования материально-технической базы торговли, развития новых форм и методов продажи товаров, внедрения информационных технологий. Вместе с тем, в отрасли не преодолена убыточность, большинство торговых организаций испытывают недостаток собственных оборотных средств. Среди основных направлений совершенствования потребительского рынка Республики Беларусь можно выделить осуществление реконструкции предприятий с целью перехода на энерго- и ресурсосберегающие технологии. Реконструкция и техническое перевооружение предприятий, производящих товары народного потребления, позволит улуч-

**шить качество и повысить конкурентоспособность производимой продукции, как на внутреннем, так и на внешнем рынках.**