

покупателей, у каждой из которых свой набор товаров-заменителей (доступных территорий). Антимонопольное законодательство указывает на необходимость учета мнения покупателя, но не отвечает на вопрос, как должно происходить агрегирование мнений отдельных покупателей в совокупное мнение рынка, а ТГМ определяет пороговое значение, позволяющее разграничить рынки. Во-вторых, корректирует субъективное мнение специалистов антимонопольного органа при проведении анализа состояния конкуренции на продуктовых рынках.

В настоящее время рассмотренный метод определения границ продуктового рынка проходит апробирование в Республике Беларусь на примере рынка безалкогольных напитков.

### Литература

1. *Князева, И. В.* Проблемные положения и рекомендации по использованию теста гипотетического монополиста для анализа дел, связанных с односторонним поведением компаний [Электронный ресурс] / И. В. Князева // Отрасли права. — Режим доступа: <http://отрасли-права.РФ/article/21038>. — Дата доступа: 25.02.2017.

2. Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке [Электронный ресурс] : приказ ФАС России, 28 апр. 2010 г., № 220 : ред. от 20 июля 2016 г. // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «КонсультантПлюс». — М., 2016.

*А.А. Галущенко, М.И. Шейпук*  
*БГЭУ (Минск)*

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

## АСПЕКТЫ ВИДЕНИЯ ОРГАНАМИ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Президент Республики Беларусь А.Г. Лукашенко на заседании VI внеочередной сессии Палаты представителей Национального собрания отметил, что в Евразийском экономическом союзе формируется общий потребительский рынок. «Это переходный период, и он имеет определенные издержки. Мы уже с этим столкнулись. В этой связи наши люди должны быть защищены. Человек имеет законное право прийти в магазин или на рынок и купить необходимый ему товар — хорошего качества и по справедливой цене» [1].

На данном этапе в Республике Беларусь существуют следующие проблемы развития потребительского рынка:

- отсутствие взаимосвязи в изучении потребительского рынка в совокупности с другими рынками страны;
- рост доли продовольственных товаров в розничном товарообороте, что свидетельствует о снижении уровня жизни населения;

- популяризация и закрепление на рынке организаций торговли и общепита, находящихся в иностранной собственности;
- сокращение потребительского спроса населения вследствие снижения реальных располагаемых доходов и др.

«Предусмотрено строительство более 500 тыс. м<sup>2</sup> торговых площадей и почти 22 тыс. мест в общедоступной сети общественного питания. В результате торговая сеть и сеть объектов общепита возрастет, по прогнозам, на 30 %», — заявил 7 июля 2016 г. А.В. Доморацкий, заместитель председателя Мингорисполкома.

Таким образом, в Минске в 2016–2020 гг. торговая сеть и сеть объектов общественного питания увеличится на треть. В соответствии с Программой социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы, утвержденной на пятом Всебелорусском народном собрании, в сфере потребительского рынка особый акцент будет сделан на использовании передовых технологий, привлечении инвестиций, создании рабочих мест, снижении затрат и повышении эффективности работы организаций [2].

Также необходимо отметить важность насыщения рынка именно отечественными товарами и услугами высокого качества, достижения положительного сальдо на потребительском рынке во внешней торговле, оказания дополнительной поддержки малому и среднему бизнесу, в том числе посредством снижения налоговой нагрузки и оказания финансовой помощи.

### Литература

1. Участие в заседании VI внеочередной сессии Палаты представителей Национального собрания [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://president.gov.by/ru/news\\_ru/view/uchastie-v-zasedanii-vi-vneocherednoj-sessii-palaty-predstavitelej-natsionalnogo-sobranija-10657/](http://president.gov.by/ru/news_ru/view/uchastie-v-zasedanii-vi-vneocherednoj-sessii-palaty-predstavitelej-natsionalnogo-sobranija-10657/). — Дата доступа: 20.01.2017.

2. Столичная торговля и общепит вырастут за пятилетку на треть [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://news.tut.by/society/503487>. — Дата доступа: 26.01.2017.

**К.А. Гармаза**  
БГЭУ (Минск)

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

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СЕТЕВОЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Развитие сетевого ритейлера в отечественной розничной торговле началось сравнительно недавно, но освоение новых методов торговли