

1. Национальная экономическая газета №6 2011 г. стр. 2

УДК 366:347.7

*Студ. Сабгур Ю.М.,  
доц. Платонова Л.А.  
УО «ВГТУ»*

### **ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ**

Не многие являются производителями товаров и услуг, но потребителями становятся все. Мы начинаем потреблять с момента рождения. Известно, что и на потребительском рынке действует принцип Парето, который в наиболее общем виде формулируется как «20 % усилий дают 80 % результата». Если рассматривать это в разрезе данной темы, то можно сказать, что 20 % реальных потребителей дают производителю 80 % выручки. Чтобы заинтересовать потребителя купить товар, производитель старается повлиять на тактильные, актуальные, вкусовые, визуальные ощущения потребителя, а также заинтересовать его выгодными условиями покупки. Купить товар может потребитель сегодня как в магазине, так и на рынках, с прилавков на улице, в торговых ларьках, автоматах и т. д. Однако потребители понимают, что не всегда продавцы могут поступать честно относительно них. Становление консьюмеризма обычно связывают с речью президента Джона Кеннеди от 15 марта 1962 г., в которой он выдвинул идею Билля о правах потребителей. Политика, осуществляемая в данной сфере, преследует две основные цели: информировать потребителя об имеющихся товарах и услугах; защищать потребителя в случае нарушения его прав. Забота об экономическом процветании и социальном спокойствии побудила все мировое сообщество вырабатывать единые принципы и создавать системы государственной защиты прав потребителей. Законом определена возможность потребителей интегрироваться в общественные объединения, обсуждать проблемы потребителей в сфере СМИ.

УДК 338.48 (476)

*Студ. Крогаль К.С.,  
доц. Егорова В.К.  
УО «ВГТУ»*

### **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ**

В 2010 году завершилась Национальная программа развития туризма в Беларуси на 2005 — 2010 годы. Объем платных туристических услуг, по сравнению с 2005 годом, увеличился более чем в 13 раз. В 2010 году в Беларуси побывали 120 тыс. иностранцев, выехали на отдых за рубеж около 415 тыс. белорусов. За 2010 год стоимость зарубежных туров, оплаченных организованными туристами, составила 469,1 млрд. рублей. Средняя стоимость тура на одного въезжающего туриста составила 636,3 тыс. рублей. Однако Беларусь сталкивается также с рядом проблем. Они обусловлены отсутствием у

нас многих базисных компонентов, а именно: отсутствие индустрии туризма как самостоятельной отрасли народного хозяйства; отсутствие единой методики анализа рынка и полноценной статистической отчетности о потоках туристов в республике и по регионам, что затрудняет их оценку и прогнозирование; отсутствие должного по международным стандартам комфорта проживания у нас иностранных туристов при несопоставимо больших ценах за него; отсутствие государственных и частных инвестиций в сферу туризма и как следствие этого дальнейшей заинтересованности отечественных и зарубежных инвесторов; отсутствие единой системы научного и рекламно-информационного обеспечения туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках. Решение этих проблем будет способствовать дальнейшему увеличению потока туристов, приведёт к повышению привлекательности турпродукта.

Список использованных источников

1. Современные тенденции и перспективы развития туризма в Беларуси / С. Э. Данилевич // Труды молодых специалистов. — Выпуск 25. — С.119-121.

УДК 338.5

*Студ. Атыбаев Р.Р.,  
доц. Москалёв И.А.  
УО «ВГТУ»*

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ АКТИВИЗАЦИИ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ**

Цена как сложная экономическая категория является одним из ключевых элементов рыночной экономики. Ценообразование представляет собой процесс формирования цены на товар или услугу. Различают централизованное и рыночное ценообразование. Первое предполагает формирование цен государственными органами на основе издержек производства и обращения, приводящего к господству затратного ценообразования. Рыночное ценообразование основано на базе взаимодействия спроса и предложения. Важнейшим условием рыночного формирования цен является наличие добросовестной конкуренции между субъектами предпринимательской деятельности независимо от формы собственности.

На повышение конкурентоспособности белорусских товаров, развитие конкуренции направлены директива № 4 «О развитии предпринимательской инициативы и стимулирования деловой активности в Республике Беларусь» от 31.12.2010 г. и указ № 72 «О либерализации цен» от 25.02.2011 г. Реализация положений названных законодательных актов, безусловно, будет способствовать развитию бизнеса и честной конкуренции, а совершенствование ценообразования окажет положительное влияние на создание системы цен и условий, стимулирующих динамичное развитие экономики и выполнение социальных задач, поставленных 4-ым Всебелорусским народным собранием.