

Максимчикова О.М., ст. преп.
*УО «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации», г. Гомель*

О ВЛИЯНИИ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ

Широко обсуждаемой и весьма противоречивой тенденцией развития международной экономики является глобализация. Изначально глобализация считалась экономическим феноменом, её понимали как интеграцию рынков товаров, капитала, трудовых ресурсов [1, с.15]. При таком определении глобализация не является абсолютно новым явлением, поскольку страны мира контактировали друг с другом на протяжении всей истории развития человечества. Однако со второй половины XX века произошли некоторые события в политической, экономической и технологической сферах, которые привели к росту контактов между странами и усилению их взаимозависимости.

Глобализация сопровождается быстрым и существенным изменением в человеческом поведении. Транснациональные корпорации – основные субъекты процесса глобализации – распространяют своё присутствие во многих странах мира. Средства рекламы подчёркивают, что новые товары и услуги, произведённые этими компаниями, являются лучшими и более высокого качества по сравнению с товарами и услугами местных производителей [2]. Таким образом, у людей начинают меняться предпочтения в выборе товаров, стиль жизни, прививается культура потребительства, или консьюмеризма. Распространение культурных ценностей и приоритетов, ориентированных на личный успех и неограниченное потребление, обуславливает, по мнению учёных, нравственную деградацию общества и представляет собой одну из угроз глобализации [3, с.10-11]. Отмеченные изменения могут быть источником проблем для внутреннего экономического развития и рисков для национальной безопасности страны.

Экономическое поведение людей проявляется при реализации потребительского выбора в пользу тех или иных товаров. С потребительскими предпочтениями непосредственно связан объём спроса на товары местных производителей, а, следовательно, и эффективность деятельности последних.

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, в течение последних лет наблюдается тенденция снижения доли товаров отечественного производства в розничном товарообороте страны (табл.).

Таблица – Доля товаров отечественного производства в розничном товарообороте Республики Беларусь за 2010–2015 гг., %

Группа товаров	Год					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Товары иностранного происхождения	29,8	31,3	30,6	35,7	37,4	38,2
Товары отечественного производства	70,2	68,7	69,4	64,3	62,6	61,8

Источник: Составлено на основе [4]

Наибольшим доверием среди белорусов пользуются отечественные продовольственные товары: в 2015 году на них пришлось 82,2% розничного товарооборота по данной товарной группе [5]. На наш взгляд, в определённой мере объяснить достаточно высокое значение показателя можно целенаправленной политикой государства по обеспечению продовольственной безопасности и вниманием к соблюдению требований государственных стандартов при производстве продукции.

В большей мере негативное влияние глобализации проявляется в сфере спроса на непродовольственные товары: доля товаров отечественного производства в розничном товарообороте Республики Беларусь в 2015 году составила 51,1% [5]. Причём, по отдельным товарным группам (парфюмерные и косметические товары, стиральные машины, телевизоры, синтетические моющие средства) товары белорусского производства занимают лишь от 9 до 33% в розничном товарообороте [6].

Интересны результаты исследований потребительских предпочтений, полученные в ходе реализации долгосрочного прикладного исследовательского проекта Центра интеграционных исследований Евразийского банка развития «Интеграционный барометр ЕАБР». В 2015 году население Беларуси из трёх групп стран «Регион СНГ», «Евросоюз» и «Остальной мир» предпочитали покупать товары из стран Европейского союза. Вместе с тем белорусы наряду с жителями Молдовы, России и Украины продемонстрировали наибольшую степень ориентированности на внутренний рынок, по сравнению с жителями других стран СНГ и Грузии [7, с.36-37]. Социологические исследования потребительских предпочтений белорусов свидетельствует как об имеющихся возможностях для белорусских производителей на внутреннем рынке, так и об увеличивающихся рисках [8].

Таким образом, Республика Беларусь, имея малую (с точки зрения теории международной экономики) открытую экономику, во всё возрастающей мере подвержена влиянию глобализации. Изменение культурных ценностей, жизненных ориентиров, потребительских предпочтений людей представляет серьёзный вызов для развития национальной экономики в настоящее время. Ответ на данный вызов, на наш взгляд, находится в сбалансированности между

политикой открытости внешнему миру и принятием мер в защиту внутреннего рынка.

Литература:

1. World Trade Report 2008: Trade in Globalizing World / World trade organization [Электронный ресурс]. URL: https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/wtr08_e.htm.
2. Nalini, R. Impact of Globalization and Its Effect on Society. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.legalservicesindia.com/article/article/impact-of-globalization-and-its-effect-on-society-1395-1.html>.
3. Колин, К.К. Глобализация общества и нравственное измерение современного кризиса цивилизации [Текст] / К.К. Колин // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2010. – №10. – С.10-16.
4. Доля товаров отечественного производства в розничном товарообороте / Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/vnytrennia-torgovlya/roznichnaya-torgovlya/graficheskii-material-grafiki-diagrammy_4/dolya-tovarov-otechestvennogo-proizvodstva-v-roznichnom-tovarooborote/.
5. Продажа товаров отечественного производства организациями торговли и их доля в розничном товарообороте организаций торговли Республики Беларусь в 2015 году / Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/vnytrennia-torgovlya/roznichnaya-torgovlya/operativnye-dannye_13/prodazha-tovarov-otechestvennogo-proizvodstva-o_2/prodazha-tovarov-otechestvennogo-proizvodstva-organizatsiyami-torgovli-i-ikh-dolya-v-roznichnom-tova/.
6. Продажа отдельных непродовольственных товаров организациями торговли Республики Беларусь в 2015 году / Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/vnytrennia-torgovlya/roznichnaya-torgovlya/operativnye-dannye_13/prodazha-otdelnyh-neprodovolstvennyh/prodazha-otdelnykh-neprodovolstvennykh-tovarov-organizatsiyami-torgovli-respubliki-belarus-v-2015-go/.
7. Интеграционный барометр ЕАБР 2015 / Евразийский банк развития [Электронный ресурс]. URL: http://www.eabr.org/r/research/centre/projectsCII/integration_barometer/?id_16=48993.
8. Лишь 17 % населения предпочитают белорусские товары [Электронный ресурс]. URL: <http://udf.by/news/society/print:page,1,43355-lish-17-naseleniya-predpochitayut-belorusskie-tovary.html>.