

Первые договоры лизинга с физическими лицами были заключены в 2014 г. – 10,6 тыс. договоров на общую сумму 8,9 млн рублей. Количество договоров потребительского лизинга в 2017 г. увеличилось по сравнению с 2016 г. в 2,4 раза, а общая стоимость договоров в 1,7 раза.

Приведенные данные свидетельствуют о динамичном развитии сегмента потребительского лизинга и высокой востребованности населением услуг лизинговых организаций.

В Программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 гг. намечено дальнейшее развитие деятельности лизинговых организаций, в том числе за счет снижения стоимости предоставляемых ими услуг и расширения сферы их использования, поскольку роль таких услуг будет возрастать.

**А. Л. Подгайский**

## ПРОБЛЕМЫ ТРАНСФОРМАЦИИ ЛИЧНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Процесс глобализации затрагивает все стороны экономической жизни: трансформируется производство, модифицируются распределительные процессы, существенно меняются формы обмена экономическими благами. Однако наиболее значительные последствия для человека и общества несут преобразования в системе личного потребления. Они деформируют трудовую мотивацию и процесс воспроизводства рабочей силы, меняют поведение рыночных субъектов и др.

Трансформация личного потребления в условиях глобализации – сложный процесс. С одной стороны, он обусловлен глубокими изменениями в системе потребностей современного человека, связанными с развитием коммуникаций и экспансией информационных технологий. Ценностные основы потребления смещаются в направлении абсолютизации удовлетворения индивидуальных потребностей, что становится общественной нормой и «естественным» смыслом жизни. Сами потребности становятся предельно разнообразными и трансграничными, теряющими национальное своеобразие. Ярко выраженной доминантой в личном потреблении становится потребность в свободе передвижения. Личное потребление приобретает ярко выраженный фрагментарный и динамичный характер. Оно стремится не столько к формированию целостно-устойчивых моделей потребления, сколько к калейдоскопической смене впечатлений, желаний. Существенной чертой современного личного потребления становится его чрезвычайная информационная загруженность, затрудняющая процесс принятия потребительских решений.

С другой стороны, система личного потребления получает мощные воздействия со стороны современного глобального производства. Транснациональные корпорации, оптимизирующие свои издержки в мировом экономическом пространстве, предлагают унифицированные и стандартизированные продукты с минимальной адаптацией к конкретным национальным рынкам и навязывают наднациональные модели потребления. Получает распространение так называемая макдональдизация потребления, перестраивающая потребление в соответствии с технологическими процессами, что обеспечивает его рационализацию, экономию времени, предсказуемость. Это делает выбор потребителя более простым, удобным, информационно разгруженным.

Иной путь решения проблемы избыточной информационной загруженности личного потребления связан с появлением быстро растущей ниши услуг, направленных на информационную поддержку потребителя, помощь потребителю в принятии «правильного» решения. Привлекательность таких услуг для потребителей обусловлена их доступностью и финансовой необременительностью, что становится возможным благодаря использованию субъектами информационной поддержки персональных данных потребителей в коммерческих целях и соответствующей заинтересованности со стороны производителей и торговли. Все это открывает новые возможности в манипулировании поведением потребителя, перенося их из гипермаркета и телевидения в глобальную информационную среду как место формирования человека «новой формации» и утверждения новых принципов социально-экономических отношений.

**А. Н. Русак**

## РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В новых экономических условиях развития общества возрастает значение информационной инфраструктуры, в которой значительную роль играют информация и знания. Предпринимательская деятельность приобретает новые формы и черты. По мере внедрения и распространения новейших информационных технологий происходит как создание новых предприятий, ориентированных только на интернет-бизнес, так и использование традиционными предприятиями элементов интернет-предпринимательства. Каждый начинающий интернет-предприниматель, основываясь на анализе ценностных предложений, создает индивидуальный проект с индивидуальной стратегией и системой получения дохода, используя интернет-технологии как инструмент для привлечения клиентов, осуществления сделок продажи в интернет-магазинах, а также создания информационных, контентных сайтов.