

Литература

1. *Борисов, А.Б.* Большой экономический словарь / А.Б. Борисов. — М.: Кн. мир, 2003. — 895 с.
2. *Лазаренко, А.Л.* Антикризисное управление, его сущность и содержание / А.Л. Лазаренко [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.rusnauka.com/9_DN_2010/Economics/61539.doc.htm
3. *Ткаченко, А.Н.* Оценка эффективности инвестиционных проектов: учеб. пособие / А.Н. Ткаченко. — Новокузнецк: НФИ КемГУ, 2003. — 78 с.

Л.С. Пацай

Белорусский государственный экономический университет (Минск)

МОНИТОРИНГ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА БЕЛАРУСИ, УКРАИНЫ И РОССИИ В УСЛОВИЯХ ИНТЕГРАЦИИ

В середине 1990-х гг. была предпринята попытка придать новый импульс интеграционным процессам на постсоветском пространстве. В 1995 г. было заключено соглашение о Таможенном союзе Беларуси, России, Казахстана и Киргизии. Данное интеграционное соглашение просуществовало до 2000 г. и было преобразовано в Евразийское экономическое сообщество (ЕврАзЭС).

Следующим этапом интеграции стало создание Единого экономического пространства. В создании пространства участвовали четыре государства: Россия, Беларусь, Казахстан и Украина. На долю этих государств приходится около 95 % общего экономического потенциала стран СНГ. Эти страны располагают наиболее развитым научно-техническим, промышленным, финансовым и кадровым потенциалом, полная и эффективная реализация которого требует более емкого рынка.

Значительную роль в формировании единого экономического пространства играет мониторинг (наблюдение, оценка и прогнозирование) рынка потребительских товаров. Основными общеэкономическими и организационными условиями (факторами) формирования единого товарного рынка являются:

- синхронное проведение рыночных реформ в России, Украине и Беларуси, включая проведение единой ценовой, налоговой, внешнеэкономической и денежно-кредитной политики, что позволит создать примерно равные условия хозяйствования предпринимателям и организациям, участникам потребительского рынка каждой из стран, исключив конкурентные преимущества одних перед другими;
- обеспечение единых требований к сертификатам качества, техническим условиям товаров и услуг на потребительских рынках стран;
- проведение единой структурно-промышленной и инвестиционной политики, что не позволит создавать дублирующие основные и вспомо-

гательные производства товаров народного потребления, перепроизводство товаров в одних регионах и отсутствие их в других;

- обеспечение на потребительском рынке свободного предпринимательства, единой антимонопольной политики, что обеспечит одинаковые конкурентные условия, позволит воздействовать на монопольные объединения и предприятия (торговые, промышленные, по производству товаров и инфраструктуры);

- создание общего рынка продовольственных товаров, обеспечит признание единых стандартов на продовольствие и единых правил продажи продуктов питания, условий их доставки и хранения;

- обеспечение примерно равных социально-экономических условий жизни населению Беларуси, России и Украины (в том числе условий оплаты труда, пенсионного и другого социального обеспечения и т.д.);

- создание единого информационного и аналитического центров по разработке мониторинга единого потребительского рынка и др.

Кроме того, на едином потребительском рынке должны быть проведены следующие мероприятия:

- разработана система законодательных и нормативно-правовых документов, обеспечивающих механизм регулирования и развития потребительского рынка на всех уровнях управления и территориях;

- определена стратегия и тактика перехода от потребительского рынка производителя к потребительскому рынку потребителя. Разработана соответствующая программа;

- обеспечено максимум объемного и структурного соответствия возрастающего спроса населения и соответствующего предложения. Создан эффективный механизм хозяйственных отношений между торговлей и промышленностью;

- осуществлено всестороннее развитие рыночной инфраструктуры, включая материально-техническую базу и новое технологическое оборудование промышленности, розничной и оптовой торговли, общественного питания; создание нового специализированного транспорта; строительство современных маркетинговых и компьютерно-информационных центров и т.д.;

- проведена подготовка и переподготовка участников потребительского рынка с учетом современных форм и методов (программно-компьютерное обеспечение, маркетинг, менеджмент и т.д.);

- разработан и внедрен эффективный механизм ценового регулирования в соответствии с социальными приоритетами на потребительском рынке и экономической целесообразностью;

- внедрена эффективная система обеспечения и защиты прав потребителей. Обеспечена система безопасности и качества товаров и услуг;

- осуществлен контроль за рекламной деятельностью, не противоречащей общественным нормам, установкам, традициям и здоровью людей;

- обеспечено формирование единой информационной системы потребительского рынка;

- разработано, построено и обеспечено эффективное функционирование организационных структур управления, мониторинга и прогнозирования потребительского рынка;
- созданы основы интеграции потребительского рынка Беларуси в рынок Союзного государства и в систему мирохозяйственных связей. Проведены унификации правовых норм по созданию нормальных условий хозяйствования субъектов всех форм собственности как на территории Беларуси, так и на территории России и Украины;
- решены задачи регулирования потребительского рынка. Они должны быть направлены на обеспечение условий для гармоничного развития индивидуальных, коллективных и общественных потребностей в товарах и услугах, что можно рассматривать как гарантию стабильного развития общества и залог минимизации социальной напряженности между населением и общественными институтами.

Выявление возможности формирования единого потребительского рынка связано прежде всего с анализом общих черт потребительских рынков Российской Федерации, Украины и Республики Беларусь, а также их специфических особенностей. Вместе с тем эти особенности не должны создавать конкурентные преимущества предпринимателям на потребительском рынке каждой из стран.

Давая оценку потребительского рынка Беларуси, Украины и России, следует выделять совпадающие тенденции их развития, а также существующие различия.

Литература

1. Шелег, Н.С. Международная торговля Беларуси / Н.С. Шелег, Ю.И. Енин. — М.: СПА, 2008. — 418 с.
2. Короленок, Г.А. Менеджмент в торговле / Г.А. Короленок. — Минск: БГЭУ, 2007. — 270 с.

Г.Н. Подгорная

Белорусский государственный экономический университет (Минск)

МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ УРОВНЯ ИНФОРМАТИЗАЦИИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Определение уровня информатизации субъектов хозяйствования является одной из актуальных проблем обеспечения экономического роста.

Для определения уровня информатизации важно детально исследовать организации (предприятия), предварительно разделив множество субъектов хозяйствования национальной информатизации на региональные и отраслевые (возможно пересекающиеся) подмножества.

Проведение исследования предлагается организовать с помощью специальной методики исследования уровней информатизации, вклю-