

ПРОБЛЕМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Целью развития потребительского рынка является стабильное обеспечение платежеспособного спроса различных категорий населения высококачественными товарами и услугами. Для ее достижения предусматривается принятие конкретных мер по развитию структуры товарных рынков, повышению конкурентоспособности и улучшению условий реализации отечественных товаров.

В мировой практике не существует универсального механизма регулирования потребительского рынка. Особенности управления рынком товаров и услуг в экономически развитых странах заключаются в широкой функциональности органов государственной власти, что позволяет исключить дублирование действий, а также учесть взаимосвязи различных сфер экономической системы. Вопросы регулирования потребительского рынка в Республике Беларусь находятся в компетенции большого количества органов государственного управления. Прямо или косвенно в решении этих проблем участвуют многие министерства, общественные объединения и организации республиканского значения. В принципе, управлять всем потребительским комплексом в рамках одной структуры невозможно, тем не менее, ощущается необходимость проведения единой государственной политики в данной области, выработки цельной и долгосрочной концепции развития рынка товаров и услуг.

Можно выделить следующие проблемы в управлении потребительским рынком:

- не всегда достигается соответствие между законодательно-правовой основой и механизмом установления элементов рыночных отношений (концепции, свободы выбора на рынке и др.);
- многочисленные и, порой противоречивые, нормативные правовые акты усложняют функционирование субъектов хозяйствования;
- промышленность и торговля недостаточно связаны общенациональными интересами, состоящими в достижении сбалансированности спроса и предложения товаров как в количественном, так и ассортиментном отношении, о чем свидетельствуют значительные запасы продукции на складах предприятий (по состоянию на 1 августа 2012 г. — 20,3 трлн р.; на предприятиях легкой промышленности запасы обуви и изделий из кожи превысили среднемесячный объем производства в 2,8 раза, швейных изделий — в 1,6 раза);
- недостаточно внимания уделяется реформированию торговых предприятий государственной формы собственности, многие из которых убыточны, имеют просроченную кредиторскую задолженность;
- государственные программы по развитию потребительского рынка не всегда взаимосвязаны, что обуславливается дифференциацией органов управления и слабым взаимодействием разработчиков;

• незначительную роль играют общественные организации, являющиеся в развитых странах мощными рыночными регуляторами. Вопросы координации деятельности участников рынка, защиты прав потребителей, транспортного, инфраструктурного и финансового обеспечения могут успешно решаться независимыми агентствами, торговыми ассоциациями и комитетами.

В целом следует отметить, что в настоящее время в развитии рыночных отношений в Республике Беларусь наблюдается смещение приоритетов: централизованное регулирование потребительского рынка уступает первенство управлению на уровне предприятий и организаций.

В перспективе целесообразно создать такие структуры управления потребительским рынком, которые выполняли бы только общие функции государственного регулирования. Придание хозяйствующим субъектам большей самостоятельности в вопросах ценообразования, расширение принципа доверительных отношений между участниками рынка и государственными органами при одновременном повышении культуры бизнеса становится насущной необходимостью.

*Л.С. Пацай, ассистент
БГЭУ (Минск)*

ФОРМИРОВАНИЕ ЕДИНОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В РАМКАХ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА И ЕЭП

Экономическая интеграция стран — важный фактор, повышающий конкурентоспособность и стабильность страны. Как правило, интеграция провозглашает принцип свободного перемещения через национальные границы товаров, капитала, рабочей силы. Снимая протекционистские барьеры, интеграция, таким образом, снижает издержки, повышая конкурентоспособность товаров и услуг потребительского рынка страны.

Модель ЕЭП должна рационально сочетать черты корпоративной интеграции на уровне предпринимательских структур и модели государственной, которая базируется на межгосударственных соглашениях, определяющих принципы и механизмы интеграционного сотрудничества.

Основной массив согласования и гармонизации национальных законодательств принят не до начала, а в процессе функционирования ЕЭП путем достижения компромиссов по спорным вопросам между участниками.

Для формирования единого потребительского рынка необходимо:

1) сформировать экономическую политику в рамках количественных параметров, определяющих устойчивость экономического развития:

- годовой дефицит государственного бюджета — не выше 3 % ВВП;
- государственный долг — не выше 50 % ВВП;
- уровень инфляции — не более чем на 5 % выше уровня инфляции страны — участницы ЕЭП с наименьшим ростом цен;