ГА. КОРОЛЕНОК

О *КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ*

Проблема структурной перестройки торговли в Республике Беларусь является одной из актуальных на современном этапе. Происходящий в республике процесс разгосударствления и приватизации предопределил появление новых организационных форм торговых предприятий с различными формами собственности, а следовательно, и новые подходы к развитию торговли.

В этих условиях возникла необходимость определения стратегии разт вития торговли на перспективу с учетом происходящих перемен.

В теории существует точка зрения, что заниматься развитием торговли в условиях рынка нет необходимости. Так, известный экономист А. Смит считал, что ни одно правительство или группа людей не может

Геннадий Антонович КОРОЛЕНОК, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой управления предприятиями торговли БГЭУ

организовать торговлю лучше, чем это сделает рынок, в котором аккумулированы необходимость и знания миллионов людей.

Рассматривая данную точку зрения в идеальном варианте, можно частично согласиться с таким подходом. Но в реальной жизни, особенно на переходном этапе к рынку, такой подход не приведет к положительным результатам. Даже в экономически развитых странах, где десятилетиями отрабатывался и совершенствовался рыночный механизм, государство в той или иной степени осуществляет регулирующее воздействие на экономику. Следует отметить, что государственное регулирование экономики в различных странах происходит по-разному. Правда, в различных странах есть и общие для всех подходы к регулированию экономики (и торговли в частности).

В-первых, это наличие гибкой правовой базы, регламентирующей деятельность субъектов хозяйствования на рынке. Так, например, в Германии и Франции торговая деятельность регламентируется несколькими десятками правовых актов (в Германии — Торговый кодекс и др., во Франции — Закон Руае и др.).

Во-вторых, в каждой стране имеются специальные государственные органы управления, контролирующие деятельность торговли (например, во Франции — Министерство экономики и финансов, Министерство предприятий и экономического развития).

Существуют и другие точки зрения на вопрос вмешательства государства в экономику, а значит и в торговлю. Известные политики и экономисты, в частности Л. Эрхард, Нобелевский лауреат Г.-Мюрдаль, считали, что только государство способно регулировать рыночную стихию.

Мы также считаем, что любой экономический процесс в обществе должен быть управляем. Стихийный рынок, особенно в условиях перехода к новым экономическим отношениям, может привести к анархии в экономике, если он не будет действовать в рамках, определенных государством. Другое дело, в каких формах и как должен протекать процесс регулирования экономики (и естественно — торговли).

Формы и методы воздействия государства на экономику, на наш взгляд, должны вытекать из основных функций государства.

Исходя из классического понимания функций государства социально-ориентированной рыночной экономики, можно выделить основные: стимулирование экономической эффективности; поддержание социальной справедливости в обществе; способствование макроэкономического роста и стабильности.

Таким образом, государство может вмешиваться в экономические процессы, если они не укладываются в рамки понятия свободной конкуренции, социальной справедливости и стабильности экономики.

Перед государств *ж* стоит задача определения экономической политики, ее правовые и конституционные ограничения, а также определения целого ряда свобод (свобода владения собственностью, свобода конкуренции, свобода образования экономических объединений и т.д.).

Опыт экономически развитых стран показывает, что основными направлениями регулирования являются денежная и кредитная системы, финансовая политика, конкуренция, экономическая политика, социальный порядок и правовые формы предпринимательства.

Учитывая общий подход государства к развитию экономики, следует рассматривать и проблему развития торговли в условиях становления рыночных отношений. Для этого необходимо выделить приоритетные направления в подходах к развитию торговли.

На наш взгляд, стратегия развития торговли в условиях рынка может быть определена после получения ответа на главные вопросы:

1) какое влияние на развитие торговли оказывает приватизация и разгосударствление;

2) какова роль торговли в формировании рыночных отношений;

3) как будет влиять государство на развитие торговли.

Процесс реформирования экономики основывается на изменении форм собственности и самой структуры управления экономическими преобразованиями. Касается это и такой сферы деятельности, как торговля. Торговля как посредник между производителем и потрг 'чтелем достаточно быстро отреагировала на изменение форм собственности в народном хозяйстве. В настоящее время значительная часть торговых предприятий изменила организационно-правовые формы.

В табл. 1 приведены данные о ходе приватизации в Республике Беларусь.

Таблица 1. Количество предприятий торговли **и** общественного питания **в Республике Беларусь** по формам собственности (за I полугодие **1997 г.)***

Форма собственности	Количество объектов	Удельный вес в общем числе, %
Республика Беларусь (по официально учитываемым предприятиям)	33 056	100
В том числе:		
государственная торговля	8 918	27
негосударственная торговля, в том числе коллективная собственность:	23 154	70
потребительская кооперация	17 764	53,7
арендные предприятия	1 335	4,0
акционерные общества	1 411	4,3
коллективные предприятия	495	1,5
смешанная собственность без иностранного участия	36	0,1
смешанная собственность с иностранным участием	276	0,8
частная собственность	626	1,9

• Данные Министерства торговли Республики Беларусь.

Данные таблицы свидетельствуют, что удельный вес государственной торговли постепенно снижается. Вместе с тем, еще *больток* удельный вес количества торговых предприятий кооперативной торговли √53,7 %). Получают распространение арендные предприятия и акционерные общества, постепенно получают развитие частные предприятия. В общем объеме товарооборота изменяется и соотношение различных по организационно-правовому статусу торговых предприятий. В ТсЗл. 2. приведены данные об удельном весе в товарообороте различных предприятий, темпы роста и удельный вес убыточных предприятий.

Приведенные данные свидетельствуют о достаточно высоком удельном весе в товарообороте традиционных форм торговли — государственной торговли (40,8 %) и потребительской кооперации (18,3 %).

Одновременно наблюдаются рост удельного веса в товарообороте у акционерных обществ (13,3 %) и арендных предприятий (9,6 %). Не получила в республике широкого развития частная торговля, хотя по темпам роста в товарообороте она уступает только акционерным обществам (122,1 % против 125,1 %).

Настораживает и тот факт, что в негосударственной торговле наблюдается достаточно высокий удельный вес убыточных предприятий (в отдельных случаях около 50 %). Правда сложно представить, что частное предприятие будет функционировать себе в убыток.

Таблица 2. Экономические показатели предприятий **торговли** и **общественного** питания (за I полугодие **1997 г.)**

Форма собственности	Удельный вес в товарообороте, % 1996 г.	1997 г.	Темпы роста товарооборота в сопоставимых ценах,%	Удельный вес убыточных предприятий, %
Ресублика Беларусь (по официально учитываемым предприятиям)	10,0	100	118,7	31,5
В том числе:				
государственная торговля	45,2	40,8	117,6	24,6
негосударственная торговля	54,8	59,2	119,6	35,7
В том числе:				
коллективная собственность:	54,2	54,6	119,6	36,2
потребительская кооперация	18,7	18,3	116,3	31,4
арендные предприятия	9,7	9,6	116,7	33,3
акционерные общества	12,6	13,3	125,1	31,8
коллективные предприятия	3,8	3,6	110,9	46,6
смешанная собственность без иностранного участия	**0,15**	0,14	107,8	**50**
смешанная собственность с иностранным участием	2,1	2,1	117,9	50
частная собственность	1,3	1,4	122,1-	48,2

Несмотря на более высокие темпы развития товарооборота негосударственной торговли, однозначно ставить вопрос о явных преимуществах приватизации торговли еще рано. В данной ситуации важно знать, за'счет реализации каких товаров достигнут данный рост и получил ли потребитель качественно новый уровень обслуживания.

Следует отметить, что темпы приватизации торговли не соответствуют запланированным Государственной программой приватизации. Однако, на наш взгляд, в этом есть и положительные моменты. Дело в том, что быстрый процесс приватизации имеет и оборотную сторону. Поспешная, а порою и непродуманная до конца, приватизация торговли отрицательно сказывается на населении. Из ассортимента вытесняются товары отечественного производства, осуществляется переспециализация торговых предприятий, снижается качество реализуемых товаров (в основном за счет поставок некачественной импортной продукции). Одновременно такое положение отрицательно сказывается и на отечественном производителе, который, по известным причинам, не может конкурировать с зарубежными товаропроизводителями.

Таким образом, приватизация, которая должна стимулировать активность торговых предприятий и производителей, оказывает негативное воздействие на развитие отечественных товаропроизводителей.

Вопрос, какова роль торговли в становлении рыночного хозяйства, также следует рассматривать с позиции государственного подхода. Другими словами, как торговля будет способствовать реализации экономической политики государства.

Рассматривая роль торговли в стимулировании экономической эффективности, следует отметить, что одной из основных задач торговли, на наш взгляд, является способствование развитию современной конкуренции на рынке. Исходя из этого выкристаллизовывается один из основных элементов системы взглядов на торговлю в современных условиях. Это, в первую очередь, развитие торговых предприятий различных типов и форм собственности. Такой переход к различным по типам и формам соб-

ственности торговых предприятий должен носить не директивный, а индикативный характер. Правда, переход на индикативное планирование потребует применения новых методов при планировании и реализации планов развития торговли. Одновременно потребуется и высокая квалификация разработчиков данных планов, четкая последовательность правительства при реализации программ развития торгов.[1] и т.д.

Переход к индикативному планированию развития торговли объясняется тем, что наличие торговых предприятий с различными формами собственности по своей сути непосредственно предполагает отказ от административно-директивного планирования. Трудно себе представить, как в директивном порядке можно запланировать развитие частной торговли. В то время как индикативное планирование, при помощи которого устанавливаются индикативные показатели, позволит государству экономическими и другими (кроме административных) методами стимулировать частников к выполнению этих показателей.

Важная роль отводится торговле и в реализации государственной политики — поддержании социальной справедливости в обществе.

Сегодня, когда идет "вымывание" ассортимента социально значимых товаров, на торговлю должна быть возложена обязанность реализации данной группы товаров.

Торговля должна взять на себя ряд задач социально-этического характера.

1. Работники торговых предприятий должны понимать, чего от них ждет общество. Цель торговых предприятий — ответственный подход к удовлетворению запросов потребителей и получении прибыли. Практика проведения торговой политики не должна вступать в конфликт с обществом. К сожалению, в условиях становления рыночных отношений многие работники торговли (особенно во вновь образованных предприятиях) не хотят понять, что общество ждет от торговли принятия на себя все больше социальной ответственности.

2. Торговая политика предприятия должна строиться на долгосрочной основе, которая исключает неэтичные и незаконные средства торговли. Если предприятие будет строить свою политику только на получении максимальной прибыли и не учитывать этические и правовые нормы по отношению к потребителю, то такой подход приводит к тупиковому варианту.

3. Торговля должна участвовать в мероприятиях региона, который она обслуживает. Это позволяет установить лучшие взаимоотношения как с клиентами, так и с представителями государственных органов управления. Участие может проявляться в приеме на работу с неполным рабочим днем студентов и учащихся, проведении благотворительных мероприятий и т.д. Все это позволяет поднять социальный статус торговли в выполнении задач по реформированию общественных отношений.

4. Важное место должно отводиться торговле и ъ формировании цены. В условиях конкурентной борьбы торговые предприятия должны стремиться к постоянному снижению цены, что в свою очередь будет приводить к повсеместному их снижению и способствовать повышению благосостояния трудящихся.

5. Торговое предприятие должно ориентироваться на минимальное вмешательство государственных органов управления в хозяйственную деятельность. В этом плане торговые предприятия должны соблюдать этические и правовые нормы поведения на рынке, с тем чтобы государству не нужно было вмешиваться в хозяйственную деятельность предприятия.

Другими словами, торговля должна поднять свой социальный статус и не быть "крайней" во всех перекосах экономического развития. А это во многом зависит от понимания значимости роли торговли и ее места в формировании рыночных отношений всеми участниками рыночных преобразований (от правительства до потребителя).

Проблема формирования взаимоотношений между государством и торговлей, особенно остро стоит сегодня, когда республика только входит в рыночные отношения. Поэтому нахождение оптимальных форм взаимоотношений между государством и торговыми предприятиями различных форм собственности представляется важнейшей задачей.

В мировой практике процесс управления развитием торговли достаточно разнообразен. Так, например, во Франции государственное регулирование торговой деятельностью осуществляют Министерство экономики и финансов и Министерство предприятий и экономического развития.

В структуру Министерства экономики и финансов входит Генеральное управление по конкуренции, потреблению и борьбе с экономическим мошенничеством, которое разрабатывает правила, обеспечивающие защиту потребителей, строгое их выполнение. Управление контролирует правильность методов торговли, рекламы, маркировки, качество товаров и т.д.

Основной задачей Управления по внутренней торговле является создание благоприятных условий для образования новых торговых предприятий. В состав данного управления входят два отдела. Первый отдел занимается анализом развития торговли, разработкой предположений по законодательству и налоговой политике применительно к внутренней торговле. Второй отдел включает три подотдела: торгового урбанизма, развития территории и обучения.

Подотдел торгового урбанизма координирует выдачу разрешений на создание новых, реконструкцию крупных торговых предприятий с целью создания равновесия торговой деятельности в центретородов и на окраине. Все эти различия осуществляются на основе принятого парламентом закона (Закон Руае), который защищает мелкие торговые предприятия от их вытеснения крупными торговыми предприятиями.

Подотдел развития территории отвечает за обеспечение торговыми услугами всего населения, за модернизацию торговой сети и за помощь мелким торговым предприятиям.

Подотдел обучения осуществляет организацию обучения коммерсантов: организация курсов для начинающих коммерсантов; повышение квалификации владельцев малых торговых предприятий; подготовка консультантов для малых торговых предприятий.

Таким образом, государственному регулированию торговли во Франции уделяется достаточно большое внимание.

Актуален данный вопрос и для Республики Беларусь. В настоящее время контроль за развитием торговли осуществляет целый ряд государственных органов управления, включая и Министерство торговли Республики Беларусь. Однако, как говорится в пословице: "У семи нянек дитя без носа".

Настало время определить, кто и ка . будет регулировать развитие торговли в Республике Беларусь. На наш взгляд, координацию развития и регулирования торговли в республике следовало бы возложить на один орган государственного управления, сосредоточив в нем профессионально подготовленных людей, способных определить стратегию развития данной сферы деятельности и оказывать профессиональную помощь торговым предприятиям.

Для упорядочения взаимоотношений данного государственного органа управления с предприятиями торговли возникает необходимость принятия "Закона о торговле" (или "Кодекса торговли"). Такой подход позволяет определить стратегию и основные концептуальные подходы к развитию торговли.

Опыт развития торговли в Республике Беларусь и за рубежом показывает, что без концепции развития торговли ни о каком развитии не может быть речи.

Причем, понятие "концепция" следует рассматривать не как конкретную программу, а как систему взглядов, как единый определяющий замысел в развитии торговли. Разработка концепции в свою очередь позволит **определить** и разработать четкую программу развития торговли на перспективу.

На наш взгляд, в основу концептуальных подходор х развитию торговли должны быть включены следующие основополагающие составные:

1) разработка нормативно-правовой базы, регламентирующей торговую деятельность;

2) определение стратегии обеспечения населения товарами (особенно социально значимыми);

3) реформирование организационных структур управления торговлей;

4) проведение исследования рынка и разработка рекомендаций о ввозе и вывозе товаров;

5) развитие инфраструктуры торговли;

6) разработка этических и социальных норм работы торговых предприятий;

7) развитие разнообразных форм собственности торговых предприятий и создание условий для нормальной конкуренции.

Таким образом, опираясь на концептуальные подходы в развитии торговли на перспективу, появляется возможность детальной разработки Программы развития торговли на основе индикативного планирования.