

10. Читая, Г. О. Методика структурирования приоритетов в производстве продуктов детского питания / Г. О. Читая, И. В. Денисейко // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск : Колорград, 2023. – Вып. 16. – С. 517–522.

Chitaya, G. O. Methodology for structuring priorities in the production of baby food products / G. O. Chitaya, I. V. Dzeniseika // Scientific. works / Belarusian. state econ. univ. – Minsk : Kolorgrad, 2023. – Iss. 16. – P. 517–522.

11. Экономико-математические методы и модели : учеб. пособие / Н. И. Холод [и др.] ; под общ. ред. А. В. Кузнецова. – 2-е изд. – Минск : БГЭУ, 2000. – 412 с.

Economic and mathematical methods and models : textbook / N. I. Kholod [et al.] ; under general ed. A. V. Kuznetsov. – 2nd ed. – Minsk : BSEU, 2000. – 412 p.

Статья поступила в редакцию 04.12.2023.

УДК 338.23

N. Sheleg
E. Andros
BSEU (Minsk)

HARMONIZATION OF INTERESTS OF MARKET SUBJECTS IN THE DEVELOPMENT OF TRADE POLICY

The scientific article considers the problem of harmonization of trade policy by levels of regulation (economic entity, region, Republic). The purpose of this study is to find ways to achieve harmony in trade policy. The article presents the key factors affecting harmony in this area, as well as why these factors should be taken into account when developing trade relations. Based on the methodology used to conduct a study of the harmonization of trade policy, a scheme of interaction between the levels of trade policy was constructed. It has been revealed that the best option for trade relations is the case when all interested parties cooperate with each other, primarily the interests of the state, economic entities and the population. Further, a variant of the development of the scenario of relations between all levels in the form of an algorithm (flowchart) was proposed. An analysis was carried out on all types of schemes, conclusions were drawn.

Keywords: harmony; harmonization; trade policy; organization; region; state; consistency.

Н. С. Шелег
доктор экономических наук, профессор

Е. В. Андрос
БГЭУ (Минск)

ГАРМОНИЗАЦИЯ ИНТЕРЕСОВ СУБЪЕКТОВ РЫНКА ПРИ РАЗРАБОТКЕ ТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ

В научной статье рассмотрена проблема гармонизации торговой политики по уровням регулирования (хозяйствующий субъект, регион, республика). Целью данного исследования является нахождение путей достижения гармонии в торговой политике. В статье представлены ключевые факторы, влияющие на гармонию в данной сфере, а также

аргументы, почему эти факторы следует учитывать при развитии торговых отношений. На Основывании используемой методологии проведения исследования гармонизации торговой политики была построена схема взаимодействия уровней торговой политики. Выявлено, что наилучшим вариантом торговых отношений является тот случай, когда между собой сотрудничают все заинтересованные стороны, в первую очередь это интересы государства, хозяйствующих субъектов и населения. Далее был предложен вариант развития сценария отношений между всеми уровнями в виде алгоритма (блок-схемы). По всем видам схем проведен анализ, сделаны выводы.

Ключевые слова: гармония; гармонизация; торговая политика; организация; регион; государство; согласованность.

В современном мире одним из ключевых факторов успешного регулирования торговой политики является обеспечение удовлетворения потребностей и запросов потребителей, предприятий, государства. При удовлетворении запросов товар либо услуга становятся востребованными. Высокий спрос на товар или услугу определяется его конкурентоспособностью. Важно рассматривать торговую политику на разных уровнях, таких как государственный, региональный и локальный (на уровне отдельного хозяйствующего субъекта). Каждый уровень имеет свои цели и задачи, которые взаимодействуют между собой, в результате чего требуется комплексное регулирование.

Однако, помимо удовлетворения потребностей и конкурентоспособности, современная торговая политика сталкивается с другими аспектами. Одним из них является развитие технологий и цифровизация. В современном мире технологии играют важную роль как в промышленности, так и в торговле. Они позволяют оптимизировать процессы производства, улучшить качество товаров и услуг, а также повысить эффективность коммуникаций и логистики. Торговая политика должна активно поддерживать и стимулировать развитие новых технологий. Также важным аспектом является социальная ответственность бизнеса. Современные потребители все больше ориентируются на компании, которые не только предлагают качественные товары и услуги, но и учитывают социальные и этические аспекты. Торговая политика должна поддерживать и поощрять бизнес, который активно внедряет социально ответственные практики, вкладывает в общественные проекты и улучшает условия труда для своих сотрудников.

Следовательно, в современном мире торговая политика должна не только учитывать удовлетворение потребителей и конкурентоспособность, но и стремиться к устойчивому развитию, инновациям, социальной ответственности и этическому бизнесу. Только такая политика при условии гармонизации по уровням и другими отраслями сможет успешно справляться с вызовами и обеспечивать процветание как на государственном, так и на международном уровнях.

По нашему мнению, торговая политика представляет собой совокупность организационных, правовых, экономических, информационных и иных мер, реализуемых органами государственной власти, органами местного самоуправления и хозяйствующими субъектами, а также их объединениями в связи с организацией и осуществлением торговой деятельности в соответствии с законодательством. Кроме того, степень развития торговли и потребления отражает состояние производительных сил и уровень развития производственных отношений, поскольку объем и структура личного потребления характеризует возможности участия индивидуума в общественном хозяйстве, т. е. его профессиональную подготовку,

интеллектуальный, научный потенциал и т.п. Торговля как важнейший элемент потребительского рынка характеризуется единством личных и производственных экономических потребностей, при котором удовлетворение личных потребностей является целью общественного производства, а производственных экономических потребностей – средством ее достижения [4].

Торговую политику целесообразно рассматривать на различных уровнях, таких как республиканская торговая политика (часто понимают как направленность продаж за границу (экспорт)), торговая политика региона и торговая политика организации [5].

В свою очередь, региональная торговая политика представляет собой совокупность экономических, законодательных, правовых и информационных мер, принимаемых государственными органами на региональном уровне, с учетом ориентированности торговой политики государства в целом.

Кроме того, каждый уровень регулирования торговой политики должен быть согласован с другими уровнями. Таким образом достигается гармонизация, которая заключается в выявлении и согласовании противоречий между интересами хозяйствующих субъектов и целями государственных органов власти в торговой политике на республиканском и региональном уровнях.

Значение гармонизации заключается не только в удовлетворении текущих социально-экономических потребностей потребителя, но и в принятии во внимание изменений их предпочтений на протяжении какого-то периода. Таким образом, гармонизация позволит прогнозировать объем, качество, вид продукции, что, в свою очередь, помогает планировать производственные процессы с учетом этих изменений. Гармонизация торговой политики по уровням регулирования играет ключевую роль в достижении оптимальной социально-экономической эффективности. Это позволяет адаптироваться к изменяющимся условиям рынка, удовлетворять потребности потребителя и быть конкурентоспособным.

Однако гармонизация является сложной задачей, требующей постоянного мониторинга и анализа рыночных тенденций. Для гармонизации торговая политика должна основываться на гибкости и возможности изменений, чтобы успешно адаптироваться к новым требованиям и ситуациям на экономическом рынке.

Можно выделить основные элементы, обеспечивающие гармонизацию:

- учет производственных возможностей в ходе разработки ассортимента продукции, обеспечивающий ее последующий сбыт. С точки зрения оптимизации и снижения затрат на производство необходимо максимально сузить ассортимент производимых товаров. С другой точки зрения – увеличение ассортимента ведет к увеличению вероятности нахождения заинтересованного потребителя;
- учет положения товаров на рынке, т. е. является ли товар конкурентоспособным и востребованным на рынке на данный момент и в ближайшие десятилетия;
- учет покупательской способности населения на рассматриваемый период времени;
- учет демографических изменений региона сбыта продукции;
- создание законодательных актов на региональном и республиканском уровне, поддерживающих промышленную и торговую политику;
- реновация промышленных предприятий;
- активность промышленных предприятий в области инноваций.

На основе изложенного можно создать схему взаимодействия торговой политики субъекта хозяйствования с региональной и государственной торговыми политиками (см. рис. 1).



Рисунок 1. Схема взаимодействия и результатов взаимодействия разных уровней торговой политики

Для достижения максимальной эффективности торговой политики необходимо учитывать интересы всех заинтересованных сторон. В первую очередь это интересы государства, хозяйствующих субъектов и населения.

В зависимости от того, как учитываются интересы этих сторон, можно выделить четыре зоны торговой политики:

Зона 1: торговая политика субъекта торговли и региона хорошо взаимодействуют друг с другом, не учитывая интересы государства.

Зона 2: интересы хозяйствующих субъектов согласовываются с интересами государства, но не учитываются интересы жителей региона, в результате чего может возникнуть дефицит требуемых товаров данного региона либо их отсутствие вообще. Данная политика приводит к недовольству населения региона, поскольку их нужды не удовлетворены.

Зона 3: государственные органы власти активно сотрудничают с региональными, но не обращают внимания на возможности, потребности и интересы организаций. В этой зоне государство и региональные органы власти сотрудничают друг с другом, чтобы развивать внешнеторговую деятельность. Однако при этом интересы хозяйствующих субъектов не учитываются. Такая политика не будет эффективной, т. к. хозяйствующий субъект не сможет или не захочет предоставить определенные виды товаров или услуг, что приведет к дефициту товаров как на внутреннем, так и на внешнем рынке. По итогу, несмотря на согласованность государственной и региональной торговой политики, регулирующие органы, вероятнее всего, останутся недовольны таким результатом, поскольку не выполнены

цели и задачи по продажам как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Население региона, страны, а также зарубежные потребители останутся без востребованных товаров.

Зона 4: взаимодействие всех составляющих торговой политики государства (уровней торговой политики). В этой зоне учитываются интересы всех заинтересованных сторон: государства, хозяйствующих субъектов и населения. Государство устанавливает правила и ограничения, которые учитывают возможности и потребности хозяйствующих субъектов. Хозяйствующие субъекты могут свободно заниматься внешнеторговой деятельностью, но при этом должны соблюдать требования государства. Население получает доступ к товарам и услугам, которые удовлетворяют их потребности.

Положительным моментом зоны 4 является то, что она позволяет достичь оптимального баланса интересов всех заинтересованных сторон. Это приводит к устойчивому развитию экономики страны, повышению уровня жизни населения и улучшению состояния социальной сферы.

Для достижения зоны 4 необходимо, чтобы все заинтересованные стороны были готовы к диалогу и взаимодействию. Государство должно быть заинтересовано в том, чтобы обеспечить развитие экономики страны, учитывая интересы населения регионов и субъектов торговли.

Каждый уровень торговой политики должен быть плотно взаимосвязан с остальными, иначе результат может быть несоответствующим.

Так, основным координатором и исполнителем функций государственного регулирования торговли является региональный уровень. Предполагается, что он обеспечивает поддержку предпринимательской активности на региональном потребительском рынке; оказывает точечную поддержку торговым организациям и промышленным предприятиям, независимо от собственности и ведомственной подчиненности; определяет контроль деятельности всех участников потребительского рынка; разрабатывает меры по рациональному размещению объектов торговли и общественного питания по своей территории [4].

Исходя из изложенного, можно составить алгоритм достижения гармонизации торговой политики по уровням (см. рис. 2).

Показанный алгоритм построен на основе концепции сценарного метода. Демонстрируется возможность торговых отношений между республиканскими и региональными органами власти и бизнесом. При благоприятных условиях этот алгоритм приносит пользу взаимодействующим сторонам как в экономическом, так и в социальном плане, а также дает благоприятный результат для всех сторон. При возникновении разногласий на различных этапах развития отношений вносятся предложения по разрешению возникших противоречий.

Таким образом, торговая политика на разных уровнях взаимодействует друг с другом, иллюстрирует влияние торговой политики разных уровней друг на друга и описывает результаты этого взаимодействия. Зона 2, при которой госорганы сотрудничают только с субъектами хозяйствования, минуя политику региона, является неблагоприятным выбором, т. к. именно региональная политика направлена на увеличение благосостояния населения вне зависимости от места проживания, повышение уровня развития сельского хозяйства, промышленности и конкурентоспособности экономики в различных регионах и страны в целом [6]. Наиболее желательной является ситуация, когда все участники торговой политики работают вместе (зона 4) над выработкой торговой политики. Таким образом,

сотрудничество может быть максимально расширено во всех сферах его деятельности, что приведет к наиболее благоприятным результатам.

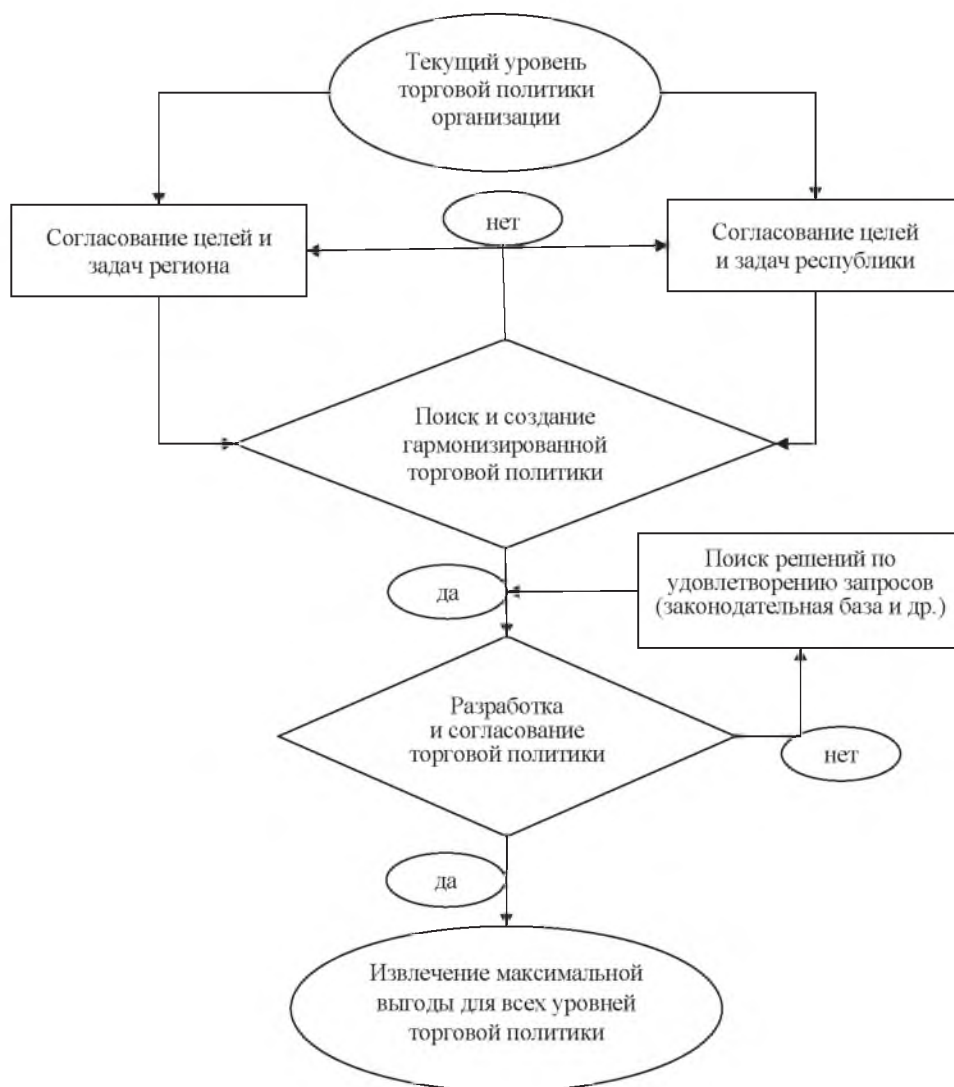


Рисунок 2. Алгоритм достижения гармонизации торговой политики по уровням регулирования

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3].

Сформулирован алгоритм установления торговых отношений в зоне 4 с использованием нескольких сценариев на основе результатов тщательного анализа. Использование этого алгоритма облегчает совместное решение проблем и улучшает условия для достижения поставленных целей и задач как на республиканском, так и региональном уровне.

Источники

1. Межецкая, Т. А. Сущность и содержание промышленной и торговой политики / Т. А. Межецкая, А. Н. Межецкий // Рос. предпринимательство. – 2015. – Т. 16, № 18. – С. 2915–2925.

Mezheckaya, T. A. Sushchnost' i sodержanie promyshlennoj i torgovoj politiki / T. A. Mezheckaya, A. N. Mezheckij // Rossijskoe predprinimatel'stvo. – 2015. – Т. 16, № 18. – Р. 2915–2925.

2. Тонышева, Л. Л. Промышленная и торговая политика: методический подход к оценке степени гармонизации и определение траекторий развития / Л. Л. Тонышева // Теория и практика общественного развития. Экономические науки. – 2016. – № 2. – С. 39–43.

Tonysheva, L. L. Promyshlennaya i torgovaya politika: metodicheskij podhod k ocenke stepeni garmonizacii i opredelenie traektorij razvitiya / L. L. Tonysheva // Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya. Ekonomicheskie nauki. – 2016. – № 2. – Р. 39–43.

3. Пономарева, С. В. Гармонизация промышленной и торговой политики предприятия / С. В. Пономарева, К. Х. Зоидов, А. О. Шевелев // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2020. – № 11. – С. 132–139.

Ponomareva, S. V. Harmonization of industrial and trade policy of the enterprise / S. V. Ponomareva, K. H. Zoidov, A. O. Shevelev // Regional problems of economic transformation. – 2020. – № 11. – Р. 132–139.

4. Шелег, Н. С. Диагностическая оценка современного потребительского рынка Республики Беларусь / Н. С. Шелег, Е. В. Андрос // Общество и экономика. – 2023. – № 11. – С. 125–139.

Sheleg, N. S. Diagnostic assessment of the modern consumer market of the Republic of Belarus / N. S. Sheleg, E. V. Andros // Society and Economy. – 2023. – № 11. – Р. 125–139.

5. Шелег, Н. С. Международная торговля : учебник / Н. С. Шелег [и др.]. – Минск : Вышэйшая школа, 2023. – 552 с.

Sheleg N. S. International trade : textbook/ N. S. Sheleg [et al.]. – Minsk : Higher School, 2023. – 552 p.

6. Андрос, Е. В. Формирование потребительского рынка региона и необходимость совершенствования торговой политики / Е. В. Андрос // Стратегия развития экономики Беларуси: вызовы, инструменты реализации и перспективы : сб. науч. ст. / ред. кол.: Д. В. Муха [и др.] ; Нац. академия наук Беларуси ; Институт экономики НАН Беларуси. – Минск : Право и экономика, 2023. – С. 154–159.

Andros, E. V. Formation of the regional consumer market and the need to improve trade policy / E. V. Andros // Strategy for the development of the Belarusian economy: challenges, implementation tools and prospects : a collection of scientific articles / ed. team: D. V. Mucha [et al.] ; National Academy of Sciences of Belarus ; Institute of Economics of the National Academy of Sciences of Belarus. – Minsk : Law and Economics, 2023. – Р. 154–159.

Статья поступила в редакцию 29.11.2023.