

Многие семьи строителей, рассчитывая на большой и стабильный доход кормильца, брали тот или иной кредит (потребительский, ипотечный), и теперь испытывают известные трудности в отношении возврата денег. Впрочем, у их кредиторов та же проблема.

Во-вторых, следовало бы подготовить специальную программу инвестиций в строительную отрасль с учетом возведения социальных домов, развития инфраструктуры, реализации проектов охраны окружающей среды. Не исключено, что благодатной сферой деятельности для строителей мог бы стать проект по комплексной реновации и утеплению зданий Риги.

В-третьих, имело бы смысл усовершенствовать налоговую систему Латвии, снизив налог на добавленную стоимость, а также дифференцировать подоходный налог с предприятий.

*Н.С. Шелег, профессор  
Е.Н. Шелег, аспирант  
БГЭУ (Минск)*

## **ИДЕОЛОГИЯ, ПРИНЦИПЫ И СОДЕРЖАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА БЕЛАРУСИ**

1. В ходе реформирования экономики проделана существенная работа по созданию механизма рыночного взаимодействия органов исполнительной власти всех уровней и субъектов потребительского рынка. Участие органов государственного управления в регулировании процессов в настоящее время необоснованно сужено, что негативно отражается на функционировании рынка. В условиях свободной экономики вмешательство государства в развитие экономических процессов на потребительском рынке допустимо лишь для устранения возникающих отрицательных последствий. Главной постоянной функцией государства должно быть экономическое регулирование с преимущественным использованием косвенных регуляторов.

2. Стратегической целью регулирования должно стать создание необходимых условий, при которых можно своевременно и эффективно регулировать соотношения спроса и предложения, контролировать насыщение потребительского рынка товарами и обеспечивать его безопасность. С этой целью основными задачами системы государственного регулирования потребительского рынка должны стать: формирование достаточной конкурентной среды; защита внутреннего рынка на основе поддержки отечественных товаропроизводителей; регулирование иностранных инвестиций; обоснование и применение отраслевых особенностей налогообложения, лицензирование, кредитование, квотирование; эффективный контроль защиты прав и соблюдения интересов потребителей; стимулирование обновления технологии доставки товаров

и торгового процесса; развитие и укрепление нормативно-правовой базы на потребительском рынке; поддержание требуемых товаропотоков для обеспечения государственных нужд, вопросы взаимоотношений торговли и промышленности и т.д.

3. Идеология государственного регулирования потребительского рынка опирается на фундаментальные основы формирования многоукладной, социально ориентированной экономики, предполагающей функционирование в сфере торгового обслуживания и производства товаров государственных, кооперативных и иных частных предприятий, создания и развития конкурентной среды на потребительском рынке. При этом могут существовать три основные группы торговых организаций (предприятий) в роли объектов государственного регулирования: торговые предприятия, обеспечивающие хранение страховых резервов и товарных запасов, предназначенных для снабжения спецконтингента и потребителей мест досрочного завоза; торговые предприятия, стабильно работающие по генеральным соглашениям с органами исполнительной власти всех уровней и создающие своеобразную зону стратегического контроля исполнительной власти на потребительском рынке; торговые предприятия, функционирующие исключительно на принципах саморегулирования.

4. Для того чтобы система государственного регулирования потребительского рынка была устойчивой, она должна опираться на взаимодействие с негосударственными структурами по вопросам развития торговли и производства товаров, а также строиться на горизонтальных межведомственных согласованиях.

5. Механизм государственного регулирования потребительского рынка должен использовать ряд ведущих принципов: отказ от управления предприятиями и ориентация на управление процессами, протекающими на потребительском рынке; сведение административного воздействия к нормативно-правовому регулированию; обеспечение равенства субъектов деятельности потребительского рынка независимо от их организационно-правовых форм и форм собственности; признание необходимости централизации определенного комплекса организационно-экономических функций; четкое разграничение макро- и микроуровней в системе государственного регулирования; разделение функций между двумя уровнями системы государственного регулирования при сохранении на каждом из них общего подхода к проблеме госрегулирования потребительского рынка в целом (республиканский и региональный).

6. Задачами республиканского уровня должны стать налоговое, валютно-кредитное и финансовое регулирование, квотирование и субсидирование, создание нормативной базы и формирование единой политики в области стандартизации, сертификации услуг торговли и общественного питания, установление прайс-листа продажи отдельных товаров и оказания дополнительных услуг, разработка отраслевых индикативных программ развития торговли и производства товаров, оценка последствий их реализации, балансовые расчеты в качестве основы струк-

турных преобразований, поддержание требуемого уровня конкуренции на рынке, формирование надежного информационного обеспечения участников рынка, разработка отраслевой научно-технической и кадровой политики.

7. Региональное регулирование потребительского рынка должно исходить из того, что его механизм, с одной стороны, должен обеспечивать реализацию принципов совместного ведения по вопросам потребительского рынка, а с другой — формировать особый орган индикативно-управления, координирующий создание региональной торгово-экономической политики. В связи с этим основными задачами региональных органов государственного регулирования должны стать формирование оптимальной политики потребительского рынка и ее приоритетов; обеспечение реализации общих принципов местного налогообложения и разработка особенностей их применения к субъектам потребительского рынка на региональном уровне; укрепление нормативно-правовой базы торговли и промышленности на основе нормативов постоянной или временной регламентации, конкретизирующих в регионе применение общереспубликанских правил и норм; создание эффективной конкурентной среды на региональном рынке; развитие регионального потребительского рынка на основе поддержки отечественных товаропроизводителей, регулирования иностранных инвестиций и формирования развитой инфраструктуры; обеспечение действенного контроля за соблюдением прав потребителей.

Таким образом, все формы и методы могут быть сгруппированы в три блока: 1) правовые, применяемые в рыночной экономике (антимонопольное законодательство, правила сертификации продукции, регламент проведения государственных закупок, правила работы бирж и т.д.); 2) финансово-экономические (налоги, кредиты, льготы, дотации, государственные программы и др.); 3) социальные (установление минимальной заработной платы, размеры пенсий, пособий, выплат и т.д.). При этом различают две группы методов: прямые методы государственного регулирования (законодательные акты, программы, субсидии, бюджетное финансирование, государственный заказ); косвенные методы регулирования (налоговая, ценовая, финансовая, кредитная политика, регулирование внешнеэкономической деятельности и др.).