

в случае прихода ТНК на белорусский рынок; ориентироваться не только на въездной туризм как источник экспортных поступлений, но также на формирование устойчивого внутреннего спроса на национальный турпродукт.

Литература

1. UNCTAD Handbook of Statistics 2014 / UNCTAD. — New York ; Geneva : UNCTAD, 2014.
2. World Investment Report 2014. Investing in the SDGs: an Action Plan / UNCTAD. — New York ; Geneva : UNCTAD, 2014.
3. World Investment Report 2011. Investing in the SDGs: an Action Plan / UNCTAD. — New York ; Geneva : UNCTAD, 2011.
4. FDI in tourism: the development dimension / UNCTAD. — New York : UNCTAD, 2009.
5. Promoting foreign investment in tourism / UNCTAD. — New York : UNCTAD, 2010.
6. Endo, K. Foreign direct investment in tourism — flows and volumes / K. Endo // Tourism Management. — 2006. — № 27 (4). — P. 600–614.
7. Kyrkilis, D. Foreign Direct Investment and the Tourism Industry. The case of China [Electronic resource] / D. Kyrkilis, T. Delis, P. Pantelidis. — Mode of access: <http://idec.gr/iier/new/3rd%20Panhellenic%20Conference/KYRKILIS-DELIS-PANTELIDIS-FDI%20AND%20THE%20TOURISM%20INDUSTRY-%20THE%20CASE%20OF%20CHINA.pdf>. — Date of access: 18.11.2014.
8. Selvanathan, S. Causality between Foreign Direct Investment and Tourism: Empirical Evidence from India [Electronic resource] / S. Selvanathan, B. Viswanathan. — Mode of access: https://editorialexpress.com/cgi-bin/conference/download.cgi?db_name=ACE09&paper_id=230. — Date of access: 18.11.2014.
9. Foreign Direct Investment in Latin America and the Caribbean // UNEC for Latin America and the Caribbean (ECLAC). — New York : UN, 2008.
10. Горбылева, И. А. Об экономическом содержании понятия «международный туризм» / И. А. Горбылева // Весн. Беларус. дзярж. экан. ун-та. — 2011. — № 6. — С. 26–32.
11. Горбылева, И. А. Международная туристическая деятельность: проблемы учета / И. А. Горбылева // Весн. Беларус. дзярж. экан. ун-та. — 2010. — № 1. — С. 43–47.
12. О туризме : Закон Респ. Беларусь, 16 июня 2010 г., № 139-З // Информбанк, Экон. газета. — 2010. — № 59. — С. 2–8.

Статья поступила в редакцию 21.12.2014 г.

Н.С. Шелег

доктор экономических наук, профессор

Е.Н. Яковлева

А.М. Никанович

БГЭУ (Минск)

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК БЕЛАРУСИ: СОСТОЯНИЕ, РЕФОРМИРОВАНИЕ

В статье рассмотрено современное состояние потребительского рынка и предложены меры по его совершенствованию, в том числе путем его дальнейшего реформирования, разработки системы законодательных и нормативных правовых документов, создания Торгового кодекса Беларуси. Достаточно внимания уделено другим формам и методам регулирования потребительского рынка, в том числе на республиканском и региональном уровнях. По мнению авторов, идеология регулирования потребительского рынка опирается на фундаментальные основы формирования многоукладной, социально ориентированной экономики, предполагающей функционирование в сфере

торгового обслуживания и производства товаров государственных, кооперативных и частных предприятий, создание и развитие конкурентной среды.

The article deals with the current state of the consumer market and to propose measures for its improvement, including through its further reform the system development of legislative and regulatory documents by creating the Commercial Code of Belarus. Enough attention paid to other forms and regulation of the consumer market, including at the national and regional levels. According to the authors of the consumer market regulation ideology based on the fundamentals of the formation of a mixed, socially oriented economy, assuming operation in the field of trade services and goods production state, cooperative and other private enterprises, creation and development of a competitive environment.

В современных условиях на потребительский рынок возлагается не только функция по доведению товаров и услуг до потребителя, но и необходимость учета различных социально-экономических факторов, полезности и ценности товара, качества и доступности услуг и информированности населения об их свойствах и качестве.

На потребительском рынке во взаимодействии торговли и производителей упор должен делаться на процесс развития долгосрочных связей, следует осуществлять переход от маркетинга сделки к маркетингу постоянных социально-экономических отношений. При посредничестве торговли осуществляется согласование товарного предложения и покупательских потребностей населения, обеспеченных деньгами.

Реформирование экономики Беларуси позволило ликвидировать в торговле государственные организации и предоставить финансово-хозяйственную самостоятельность торговым организациям, передать в их собственность имущество. Было отменено централизованное распределение товарных ресурсов. Практически ликвидирован жесткий контроль за ценообразованием (осуществляется регулирование торговой надбавки на отдельные виды социально значимых товаров первой необходимости). В промышленности более половины предприятий принадлежит частным и иностранным предпринимателям. В розничной торговле 90,6 % товарооборота реализуется через негосударственные торговые организации, в общественном питании — 78,9 %. Проведены демократические преобразования во внешнеэкономической деятельности, что позволило увеличить экспорт, расширить ассортимент импортных товаров на потребительском рынке, существенно увеличить товарооборот внешней торговли.

На потребительском рынке наблюдается самая высокая предпринимательская и инвестиционная активность. Капитал в торговле быстро оборачивается и приносит высокие доходы. Торговля является важной бюджетобразующей системой и основным источником поступления денежных средств, что способствует финансовой стабильности государства.

Вместе с тем тенденции развития потребительского рынка сопровождаются рядом негативных проявлений. В Беларуси на потребительском рынке практически отсутствует конкуренция, высок уровень монополизации. Попытка частных предпринимателей, осуществляющих свою торговую деятельность на рынках, составить конкуренцию организованной торговле вызывает непонимание государственных органов управления.

До настоящего времени не отрегулированы правовые взаимоотношения между торговлей и промышленностью. В республике по-прежнему сохраняется практика поддержки государством товаропроизводителей, осуществляется защита их экономических интересов. Низкая рентабельность торговли, недостаточная техническая и технологическая оснащенность торговых предприятий отражаются на культуре и качестве обслуживания населения. Практически ликвидирована крупная оптовая торговля, которая в последнее время заменяется логистическими центрами по торговле импортными товарами и посредническими организациями. Именно в торговле происходит наращивание цен реализации товара из-за увеличения звенности товародвижения, дорогостоящей аренды зданий и сооружений и завышенной стоимости банковских кредитных

ресурсов. На потребительском рынке установилась сложная система оценки качества и безопасности товаров с элементами дублирования. Не на должном уровне защита прав потребителей. Медленно реализуется система сертификации качества товаров и торговых услуг. Нет достаточно взвешенного подхода к формированию инфраструктуры потребительского рынка. Ослаблено внимание к решению общесистемных проблем, что выразилось в дезорганизации информационной системы, ликвидации научно-исследовательских институтов и лабораторий. При наличии достаточно развитой отечественной системы производства потребительских товаров больше половины их завозится из-за пределов республики, в то время как многие из них производятся в достаточном количестве в Беларуси.

В ближайшее время должна быть разработана система мер по устранению причин, сдерживающих развитие потребительского рынка в связи с недостатками рыночных механизмов регулирования. Следует учесть опыт реформирования потребительского рынка России, развитых европейских стран. В целом для повышения эффективности потребительского рынка необходимы:

1) разработка системы законодательных и нормативных правовых документов, обеспечивающих механизм регулирования и развития потребительского рынка на всех уровнях и территориях (создание Торгового кодекса);

2) определение стратегии и тактики перехода от потребительского рынка производителя к потребительскому рынку потребителя, разработка соответствующей стратегической программы на долгосрочный период;

3) обеспечение максимально объемного и структурного соответствия возрастающего спроса населения и предложения товаропроизводителей, стимулирование долгосрочных хозяйственных отношений между торговлей и промышленностью;

4) всестороннее развитие рыночной инфраструктуры, включая МТБ и внедрение нового инновационного и технологического оборудования промышленности, розничной торговли, опта, общепита; создание и внедрение нового специализированного транспорта; строительство современных маркетинговых, компьютерно-информационных и торговых отечественных логистических центров и т.д.;

5) создание равновыгодных условий для продажи и приобретения товаров и услуг в субъектах хозяйствования всех форм собственности;

6) подготовка и переподготовка участников потребительского рынка с учетом современных форм и методов (изучение проблем применения маркетинга, менеджмента, организации и проведения тендерных торгов и т.д.);

7) разработка и внедрение эффективного механизма ценового регулирования в соответствии с социальными приоритетами на потребительском рынке и экономической целесообразностью;

8) внедрение эффективной системы обеспечения и защиты прав потребителей, обеспечение безопасности и качества товаров и услуг, в том числе импортных;

9) осуществление эффективной и социально приемлемой рекламной деятельности, не противоречащей общественным нормам, установкам, традициям и здоровью людей;

10) формирование единой нормативно-правовой и информационной системы потребительского рынка, разработка, построение и обеспечение эффективного функционирования организационных структур управления, мониторинга и прогнозирования потребительского рынка;

11) создание основ и разработка этапов интеграции потребительского рынка Беларуси в рынок Союзного государства, Таможенного союза и систему мирохозяйственных связей, проведение унификации правовых норм по созданию нормальных условий хозяйствования субъектов всех форм собственности как на территории Беларуси, так и на территории Единого экономического пространства;

12) решение задач регулирования потребительского рынка должно быть направлено 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.

В связи с тем что многие экономические процессы на потребительском рынке, получившие развитие за время реформ и в процессе интеграции Беларуси, полностью или частично необратимы, необходимо исходить из того, что, ориентируясь на его сложившееся состояние, следует доработать механизм регулирования.

Методами решения данной задачи могут стать:

- оценка ситуации на потребительском рынке в условиях переходной экономики;
- определение целевых установок, принципов, средств и ресурсов прогнозирования и регулирования;
- формирование и регулирование спроса населения (в том числе с использованием современных методов сбора и обработки информации);
- формирование и регулирование товарного предложения (с применением современного маркетинга и менеджмента);
- оптимизация спроса и предложения товаров и связанных с ними социально-экономических факторов (налогов, цен, доходов и т.д.);
- обеспечение развитой системы товародвижения, включая инфраструктуру потребительского рынка, новые формы торговли;
- расширение потребительского рынка товаров (создание единого потребительского рынка Союзного государства, Таможенного союза, СНГ);
- удовлетворение социально-экономических потребностей всех слоев населения;
- оценка эффективности механизма государственного регулирования потребительского рынка и его постоянное совершенствование;
- формирование новых инновационных и социально-экономических потребностей и спроса населения.

В ходе реформирования экономики проделана существенная работа по созданию механизма рыночного взаимодействия органов исполнительной власти всех уровней и субъектов потребительского рынка. Вместе с тем участие органов государственного управления в регулировании процессов на потребительском рынке в настоящее время необоснованно сужено, что негативно отражается на функционировании рынка.

Необходимо исходить из того, что в условиях свободной экономики вмешательство государства в развитие экономических процессов на потребительском рынке допустимо лишь для устранения возникающих отрицательных последствий, вызванных нежелательным смещением направлений его развития. Главной постоянной функцией государства должно быть экономическое регулирование с преимущественным использованием косвенных регуляторов.

Стратегической целью регулирования должно стать создание необходимых условий, при которых можно своевременно и эффективно регулировать соотношение спроса и предложения, контролировать насыщение потребительского рынка отечественными 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, регулирования иностранных инвестиций, обоснования и применения отраслевых особенностей налогообложения, лицензирования, кредитования;
- эффективный контроль защиты прав и соблюдения интересов потребителей;
- стимулирование обновления технологии доставки товаров и торгового процесса;

- развитие и укрепление нормативной правовой базы на потребительском рынке;
- поддержание требуемых товаропотоков для обеспечения государственных нужд, решение вопросов взаимоотношений торговли и промышленности и т.д.

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 частных предприятий, создание и развитие конкурентной среды на потребительском рынке.

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.

Механизм государственного регулирования потребительского рынка должен использовать шесть ведущих принципов:

- 1) отказ от управления предприятиями и ориентация на управление процессами, протекающими на потребительском рынке;
- 2) сведение административного воздействия к нормативному правовому регулированию;
- 3) обеспечение равенства субъектов деятельности потребительского рынка независимо от их организационно-правовых форм и форм собственности;
- 4) признание необходимости централизации определенного комплекса организационно-экономических функций;
- 5) четкое разграничение макро- и микроуровней в системе государственного регулирования;
- 6) 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).

Общее содержание государственного регулирования должно строиться на понимании того, что на любом уровне системы должны выполняться предусмотренные законодательством разрешительные, контрольно-запретительные, аналитические, информационные, координирующие функции, а также функции по поддержке предпринимательства, формированию и реализации научно-технической политики и кадрового обеспечения.

Задачами республиканского уровня должны стать налоговое, валютно-кредитное и финансовое регулирование, субсидирование, создание нормативной базы и формирование единой политики в области стандартизации, сертификации услуг торговли и общественного питания, установление правил 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 структурных преобразований, поддержание требуемого уровня конкуренции на рынке, формирование надежного информационного обеспечения участников рынка, разработка отраслевой научно-технической и кадровой политики.

Региональное регулирование потребительского рынка должно исходить из того, что его механизм, с одной стороны, призван обеспечивать реализацию принципов совместного ведения по вопросам потребительского рынка, а с другой — формировать особый орган индикативного управления, координирующий создание региональной торгово-экономической политики. 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 нормативной правовой базы торговли и промышленности на основе нормативов постоянной или временной регламентации, конкретизирующих применение в регионе 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.

Непосредственным организатором, координатором и исполнителем функций государственного регулирования потребительского рынка является региональный уровень. Он должен обеспечить создание необходимых условий для повышения предпринимательской активности на местном потребительском рынке; оказание избирательной поддержки торговым организациям и промышленным предприятиям, определяющим ситуацию на местном рынке; контроль деятельности всех участников потребительского рынка; рациональное размещение торговых объектов на территории, поддержание на должном уровне культуры и качества обслуживания, обеспечение сбалансированности спроса и предложения в регионе.

С переходом к рыночной экономике правовое регулирование в сфере торгово-производственных отношений претерпело серьезные изменения. Особое значение в изменении общей стратегии законодательного процесса на потребительском рынке имело принятие нового Гражданского кодекса Республики Беларусь. Он в основных чертах решил вопросы правового положения субъектов потребительского рынка и его инфраструктуры, правового режима принадлежащего им имущества и договорных отношений между ними. Однако даже с учетом введения Гражданского кодекса правовое регулирование на потребительском рынке не может быть признано достаточным. При этом следует согласиться с мнением экспертов, что в Беларуси существуют проблемы с реализацией законопроектных норм на практике.

Обширность сложившейся правовой базы регулирования отношений на потребительском рынке вместе с тем не обеспечивает в настоящее время равноценного правового регулирования отношений между промышленностью и торговлей и различными видами торговой деятельности — оптовой и розничной торговли, общественного питания. Сложившийся правовой механизм потребительского рынка по отдельным своим составляющим является неполным. В силу этого процессы, протекающие в промышленности и торговле, зачастую приобретают недопустимые искажения, что непосредственно сказывается на качестве обслуживания.

Необходимо исходить из того, что рассредоточенность правовых норм, регулирующих потребительский рынок, по нескольким законодательным актам неизбежна. Однако такая рассредоточенность должна опираться на разумное ограничение количества правовых актов, регулирующих правоотношения потребительского рынка и его инфраструктуры. С одной стороны, это позволит избежать возможных разночтений и противоречий в правовой базе, а с другой — создаст благоприятные условия для пользователей.

Анализ правоприменительной практики позволяет утверждать, что сосредоточение правового регулирования потребительского рынка исключительно в рамках частного права нежелательно и практически невозможно. Объективная потребность регулирования потребительского рынка и его инфраструктуры несколькими отраслями права, с одной стороны, и задача оптимизации правовой базы — с другой, стимулируют постановку вопроса разработки Торгового кодекса.

Следует исходить из того, что основная цель такого законопроекта должна состоять во всесторонней правовой оценке состояния и стратегии законодательного процесса на потребительском рынке с учетом комплексного подхода к определению правоотношений субъектов потребительского рынка и государственных органов, регулирующих этот

процесс. При этом документ должен зафиксировать состояние уже созданных многоукладных отношений на потребительском рынке Беларуси и нацелить все субъекты хозяйствования на постепенный переход от государственного регулирования потребительским рынком к саморегулированию. Только при таком подходе Кодекс сможет обеспечить осуществление на единых основах принципов законности в отношениях как между предпринимателями, так и между предпринимателями и государственными органами. Это позволит избежать давления управленческих отношений над отношениями между предпринимателями.

Данный правовой акт не должен охватывать все нормы регулирования торговой деятельности, так как многие из них достаточно динамичны и не поддаются в связи с этим кодификации. Он должен предполагать издание на его основе четко очерченного круга нормативных правовых актов, регулирующих отдельные правоотношения потребительского рынка и его инфраструктуры.

Основное содержание законопроекта составят общие положения правового регулирования отношений промышленности и торговли, торговли и покупателей, определяющие допустимое участие государства в осуществлении торгового оборота. Поэтому все его положения должны располагаться в формате «от общего к частному».

Таким образом, дальнейшее реформирование потребительского рынка должно проводиться на принципах системности организационно-правовых решений, строгого разграничения предметов ведения между уровнями управления, обеспечения строгой ответственности государственных органов в вопросах защиты прав потребителей и контроля качества и безопасности товаров. Система государственного регулирования должна состоять из отдельных звеньев: регулирующего механизма республиканского уровня, механизма регионального уровня, государственного инструментария экономического регулирования (республиканский бюджет, налоговая система, механизм кредитно-денежной политики, регулирование цен и др.), аппарата административно-правового регулирования отдельных подсистем рынка.

Л и т е р а т у р а

1. Концепция реализации государственной политики в сфере внутренней торговли и общественного питания на 2011–2015 годы [Электронный ресурс] : приказ М-ва торговли Респ. Беларусь, 29 дек. 2011 г., № 178 // ПРАВО. Законодательство Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.levonevsky.net/pravo/norm2013/num06/d06379.html>. — Дата доступа: 12.11.2014.

2. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 8 янв. 2014 г., № 128-З // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2014.

3. Национальная экономика Беларуси : учеб. / В. Н. Шимов [и др.] ; под ред. В. Н. Шимова. — Минск : БГЭУ, 2012.

4. Шелег, Н. С. Стратегия развития потребительского рынка с учетом глобализации и интеграции : моногр. / Н. С. Шелег [и др.]. — Минск : БГЭУ, 2014.

5. Экономика торговли : учеб. пособие / Н. С. Шелег [и др.] ; под ред. Н. С. Шелега, Р. П. Валевич. — Минск : Выш. шк., 2012.

6. Беларусь в цифрах : стат. справ. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; редкол.: В. И. Зиновский [и др.]. — Минск, 2014.

Статья поступила в редакцию 12.12.2014 г.