

ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТОВАРНОГО РЫНКА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Н.С. Шелег,

*доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой экономики торговли
Белорусского государственного экономического университета,*

Л.С. Пацай,

аспирант БГЭУ,

Е.Н. Шелег,

аспирант БГЭУ

В Беларуси все активнее развиваются рыночные отношения, возникают новые рыночные институты, формируются и вытесняют элементы национальных рынков товаров, труда, капитала. Но становление этих рынков проходит с большими трудностями, которые связаны, прежде всего, с формированием рыночной среды, и в частности инфраструктуры рынков.

Цель данной публикации – дать анализ нынешнего этапа развития рыночной экономики в области товарных рынков в стране и за рубежом с учетом отечественного и зарубежного опыта, изложить авторскую позицию формирования инфраструктуры товарного рынка в Беларуси.

Эволюция взглядов на инфраструктуру рынков в отечественной и зарубежной литературе

Мир предпринимательства и бизнеса включает в себя не только непосредственных производителей и потребителей товарной продукции, но и значительное число активных промежуточных звеньев, устанавливающих и реализующих соответствующие деловые отношения. Объективно функционирующая система товарного рынка обладает собственной инфраструктурой, являющейся обязательным компонентом любой рыночной экономики.

Категория «инфраструктура» весьма редко упоминалась в экономической литературе Беларуси прошлых лет. Впервые она встречается в экономических исследованиях западных экономистов XX в. и до на-

стоящего времени не имеет однозначного трактования. Чаще ее связывают со строительным производством и вспомогательным обеспечением во время военных действий. В мировой научной литературе в начале XX в. категория «инфраструктура» была впервые использована в экономическом анализе обеспечения деятельности вооруженных сил, причем не без оснований «инфраструктура» рассматривалась в комплексе с такой категорией, как «логистика».

Исследуя исторический экономический контекст, отдельные авторы полагают, что, являясь специфическим порождением определенной социально-экономической системы, инфраструктура рынка в целом и товарного рынка, в частности, возникла на определенном историческом этапе развития хозяйства.

Современная система рыночных отношений экономически развитых стран мира прошла долгий эволюционный путь: от организации массового сбыта товаров в капиталистических странах в середине XIX в. в условиях формирования конвейерного крупномасштабного производства (производственная концепция) к комплексному изучению рынка, где маркетинг, реклама, сбыт направлены были на разрешение проблемы перепроизводства (20-е годы XX в., товарная концепция), к разработке системы рыночной ориентации производства с учетом требований массового потребления не только к товару, а и к сопровождающим его услугам и удовлетворения последующих желаний (50–60 годы XX в., потребительская концепция);

к современному состоянию рынка, когда цели производителя товаров и услуг увязываются с запросами не только массового покупателя, но и индивидуального.

Развитие рыночной экономики характеризуется объективным разобщением хозяйственных элементов на основе разделения труда, с индивидуальной дифференциацией их свойств, перераспределением целевых характеристик, освоением новых территорий и формированием новых рынков. Естественно, что все эти процессы требуют создания определенного сопутствующего механизма и инструментов, компенсирующих издержки разобщенного производства, «увязывающего» между собой результаты процесса разделения труда и обобществления производства с позиции формирования эффективной структуры экономики. Этим механизмом и является инфраструктура.

Под инфраструктурой товарного рынка мы в общем плане понимаем совокупность отраслей и видов деятельности, обеспечивающих эффективное доведение товаров и услуг от производителей до конечных потребителей. Как очень сложный полифункциональный объект инфраструктура рынка изучается научными школами во многих странах мира.

Так, в развитых странах в целях разработки современных рыночных концепций активно ведутся:

- интегрированные исследования рынка – разработчики одновременно ориентируются на новый продукт и на потребителя;
- стратегические исследования рынка – в их основе лежит ориентация на потребителей и конкурентов (одновременное удовлетворение нужд потребителя при превосходстве над конкурентами путем создания товара с лучшими качествами или более низкой ценой);
- общественные (социально-этические) исследования рынка – происходит увязка прибыли производителя, потребностей покупателя, интересов общества и др.

Интенсивные научные исследования инфраструктуры рынков с определениями и уточнениями дефиниций понятия рынка, его объектов и субъектов, принципов функционирования, структуры и функций рынка ве-

дутся в странах с переходной экономикой: России, Украине и других странах СНГ.

В России уже в 1996 г. была разработана Концепция развития товарных рынков. И хотя трудности перехода к либеральной экономике, огромные размеры страны и другие факторы не привели пока к большим успехам, тем не менее решены серьезные научные задачи по этой проблематике: сущность рынка и его функции, структура и виды рынков, инфраструктура рынка и биржи и т. д. В частности, инфраструктура товарных рынков в России определяется как система организаций, обеспечивающая взаимосвязи структурных элементов товарных рынков и способствующая свободному движению товаров, непрерывному процессу воспроизводства и беспрепятственному функционированию сфер конечного потребления (постановление Правительства Российской Федерации от 03.08.1996 г. № 936). В состав элементов этой инфраструктуры включены 7 укрупненных блоков:

- торговых посредников – организаций, осуществляющих посредническую деятельность и обеспечивающих взаимодействие предприятий-изготовителей и потребителей в части купли или продажи товаров посредством создания оптовых рынков, биржевой торговли, проведения выставок и ярмарок, оказания складских услуг и т. д.;
- информационного обеспечения – организаций, обеспечивающих наблюдение за товарными рынками, включая рынки потребительских товаров и продукции производственно-технического назначения;
- товароупаковочной индустрии – производственных структур и нормативно-организационных мероприятий, обеспечивающих повышение конкурентоспособности товаров и эффективности товарооборота за счет создания тароупаковочной продукции, отвечающей требованиям международных стандартов;
- транспортного обеспечения – всех видов транспорта, обеспечивающих движение товара и доставку его потребителям;
- финансово-кредитного обеспечения – организаций, обеспечивающих платежно-расчетное и кредитное сопровождение товародвижения;

- организационного обеспечения – организационных мер, которые направлены на максимальное снижение затрат на продвижение продукции от производителя к потребителю;

- нормативно-правового обеспечения – системы федеральных законов, указов и распоряжений Президента Российской Федерации, постановлений и распоряжений Правительства Российской Федерации и других нормативно-правовых актов.

На Украине также ведутся исследования и разработки по товарным рынкам и их инфраструктуре. Так, в научных трудах Призовского государственного технического университета (г. Мариуполь) даны определения таких ключевых понятий, как «рынок», «товарный рынок и элементы инфраструктуры» и др.

Если в российских концепциях рынок определяется как «совокупность экономических отношений по поводу купли-продажи товаров, услуг по ценам, устанавливаемым на основании взаимодействия спроса и предложения в результате конкуренции», то в украинской – «рынок – это механизм формирования и отношения воспроизводственных процессов, форма связи производства и потребления, а также различных видов коммунально-хозяйственного движения посредством купли-продажи товаров, капиталов, работ, технологий, информации».

Товарный рынок, по российской концепции, – это обобщенное понятие, подразумевающее, по существу, систему рынков обращающихся на них товаров потребительского и производственно-технического назначения.

Инфраструктура товарного рынка – комплекс видов деятельности в сфере обращения соответствующих групп предприятий, учреждений, задачи которых сводятся к рационализации товародвижения, рыночному регулированию товарно-денежного оборота. Она создает предпосылки и условия для ускорения оборачиваемости средств в экономике, совершенствования рыночного процесса реализации вновь созданной стоимости, укрепления материально-технической базы сферы обращения, оптимизации коммерческо-хозяйственных связей. Благодаря инфраструктуре, взаимо-

отношения субъектов рынка ведутся на стройной целенаправленной основе.

Элементы инфраструктуры товарного рынка включают 12 блоков:

- финансовые организации;
- контролирующие организации;
- транспортная система;
- система связи;
- складское хозяйство;
- топливно-энергетический комплекс;
- организации по трудовому обеспечению;
- юридические организации;
- информационные организации;
- организации по оказанию услуг;
- коммерческо-посреднические организации;

• торговые организации и предприятия. Функции инфраструктуры товарного рынка включают:

- содействие субъектам рынка в реализации их экономических интересов;
- организационное оформление коммерческо-хозяйственных отношений деловых партнеров;
- обеспечение юридического, финансового, страхового, контрольного обслуживания;
- изучение конъюнктуры рынка товаров, конкурентов, посредников, потребителей;
- торговую и другую коммерческо-хозяйственную деятельность;
- посредничество в реализации товаров, налаживании коммерческо-хозяйственной деятельности;
- оказание услуг;
- использование возможностей транспорта, средств связи, складского хозяйства, топливно-энергетического комплекса [48].

Различия приведенных некоторых существенных составляющих достаточно очевидны, хотя каждая из них так или иначе проливает свет на роль и место элементов инфраструктуры в современных экономических отношениях. Однако отдельные экономисты поспешно утверждают, что к настоящему времени достигнуто общее понимание сущности инфраструктуры, что не вполне соответствует действительности.

Комплексное исследование инфраструктуры товарного рынка позволяет сделать вывод о сложном пути становления рыночных отношений в Беларуси и необ-

ходимости учитывать эти процессы в современных условиях реформирования экономики и мировых вызовов, что требует ускорения процессов формирования эффективной рыночной инфраструктуры.

Переход к рынку в нашей стране находит свое проявление в сферах и хозяйственной деятельности предприятий и отраслей прежде всего там, где ранее, чем в других сферах, уже применялись элементы рынка, хозяйственной обособленности (самостоятельности), конкуренции и т. д. К такой сфере относится и товарный рынок.

В свою очередь, формирование модели перехода экономики на рыночные отношения с учетом функций и роли товарного рынка и его инфраструктуры в системе разделения труда в воспроизводственных процессах требует научного переосмысления всей практики экономических методов его регулирования, выявления позитивных и негативных последствий принимаемых решений, определения критериев адекватности формирования производственных отношений потребностям саморазвития и самосовершенствования производительных сил в товарной сфере с учетом специфики экономики Беларуси.

***Концептуальные подходы
к формированию развитой
инфраструктуры товарного
рынка в Беларуси***

Особенности товарного рынка. Основным объектом коммерческо-хозяйственных взаимоотношений субъектов рынка является товар в виде конкретного продукта, работы, услуги.

Как известно, по завершении производственного цикла продукт труда поступает в сферу обращения, представляющую собой: а) механизм организации товародвижения, определенную систему, обеспечивающую действенную связь между производством и потреблением товара; б) совокупность актов купли-продажи определенных видов товаров в соответствии с их функциональным назначением; в) формы реализации конкретного товара или группы товаров, связанных между собой определенными признаками потребительского или производственного характера.

Вся сфера обращения практически является товарным рынком, где проявляются все признаки рыночных отношений: действие законов стоимости, спроса и предложения, самостоятельность предпринимательской деятельности, демонополизация экономики, конкуренция, наличие рыночной инфраструктуры и т. д.

В обобщенном виде товарный рынок позволяет посредством механизмов и инструментов:

- осуществлять мониторинг изменения спроса и приспосабливаться к нему;
- побуждать производителей к выпуску новых, более совершенных товаров;
- расширять и совершенствовать коммерческо-хозяйственные связи;
- рационально направлять товарный поток от производителя к потребителю в достаточном объеме, нужном ассортименте, в требуемое время;
- хранить определенные товарные запасы;
- предоставлять соответствующие услуги по доставке товара до потребителя и т. д.

Развитие товарного рынка в Беларуси происходит в сложных социально-экономических условиях. Для него характерны относительно низкий уровень культуры рыночных отношений, недостаточное законодательно-правовое и нормативное обеспечение, нестабильная и несовершенная система финансово-кредитных отношений, склонность контрагентов к нарушению взаимных обязательств, хронические неплатежи и др. В сложившейся ситуации государственное управление должно решать такие задачи, как создание соответствующих условий для беспрепятственного развития подлинно рыночных отношений, защита белорусских экономических интересов на внутреннем и внешнем рынках; регулировать другие отношения, складывающиеся на товарном рынке.

Практика рыночной экономики показывает, что товарный рынок обладает несомненными достоинствами и преимуществами:

- объединяет интересы продавцов и потребителей через экономический механизм (естественным образом), без всякого давления на какую-либо из сторон;

- заинтересовывает производителей в удовлетворении потребностей, выражаемых через платежеспособный спрос;

- препятствует монополизации в производстве и обращении товаров;

- расширяет возможности субъектов предпринимательской деятельности;

- эффективнее других хозяйственных систем решает проблемы экономики (уровень жизни, качество продукции, эффективность производства, рациональная структура потребления).

Следует отметить, что потребности общества на товарную продукцию подразделяются на:

- экономические, связанные с определенными обязательствами каждого человека в семье, личной жизни;

- продиктованные общественными условиями проживания людей, предусматривающими подчинение законам, подзаконным актам и правилам общежития;

- возникающие вследствие общения и деятельности на малых предприятиях и в социальных группах (фирмы, хозяйственные компании, компании друзей, случайные попутчики);

- возникающие вследствие включения людей в деятельность больших коллективов – производственных (завод, университет, фирма, мастерская, цех, бригада, рабочий участок) и непроизводственных (театр, спортивная организация, научное и конструкторское учреждение, кафедра, профсоюз и др.).

Данные обстоятельства определяют отношение общества к той или иной товарной продукции, что позволяет подразделять товары на потребительские (для личного или коллективного пользования) и производственно-технического назначения (средства производства).

Характер приобретения и потребления этих товаров существенно различается по мотивам и способам.

Рынок товаров потребительского назначения включает в себя обращение:

- изделий кратковременного пользования (продукты питания, предметы личной гигиены, косметика, моющие средства и др.);

- изделий длительного пользования (мебель, бытовая техника, автомобили, орг-

техника, музыкальные инструменты, одежда и др.);

- изделий, полученных в результате оказания соответствующих услуг (индивидуальный пошив одежды или обуви, набор на компьютере рукописного текста и т. п.)¹.

Рынок товаров производственно-технического назначения предполагает обращение:

- предметов труда (сырье, материалы, полуфабрикаты, комплектующие изделия, энергия, топливо);

- орудий труда (производственные и складские здания, сооружения, конструкции, машины, механизмы, оборудование, аппаратура, приборы).

Товарный рынок стимулирует внедрение современных технологий, разработку новых изделий и производство только той продукции, которая найдет покупателя.

В настоящее время, несмотря на остроту социально-экономических проблем, доставшихся от административно-командной системы, нехватку материальных и финансовых ресурсов, сопротивление инерционных сил, рыночная экономика набирает силы. В этих условиях развитие товарного рынка сопряжено с большими трудностями. Понятно, что этот рынок не может быть повсеместно внедрен каким-либо постановлением или волевым решением. Рынок товаров – это подвижный хозяйственный организм, и для его рационального формирования, успешного развития в стране должны быть созданы необходимые предпосылки и соответствующие условия.

Формирование рационального товарного рынка – сложный процесс, требующий глубинных преобразований не только в сфере экономических отношений, но и в общественном сознании. В стране необходимо создать реальные благоприятные условия воспроизводства, и прежде всего преодолеть сложившиеся в экономике диспропорции и деформации, отрицательно повлиявшие на сбалансированность народного хозяйства. Сбалансированность предполагает соблюдение оптимального равновесия между спросом и предложением по каждому конкрет-

¹ Более подробно о рынке потребительских товаров как важнейшем элементе товарного рынка в [10].

ному товару, между денежными средствами и их товарным покрытием.

Обращение товаров и, соответственно, товарный рынок представлены отношениями «продавец – покупатель», отражающими связи и противоречия между производством и потреблением. Поэтому такие экономические категории, как спрос и предложение, активно формируют рыночные отношения. Спрос – это форма выражения потребности в конкретном товаре, обеспеченной соответствующими денежными средствами. Предложение – совокупность конкретных товаров на рынке, представленных к реализации товаропроизводителями и торговлей.

Соотношение спроса и предложения влияет на изменение пропорций производства, перелив капитала, естественное рыночное распределение материальных ресурсов и рабочей силы между отраслями, регионами, предприятиями.

В определенном соотношении спроса и предложения как по товарной массе и ее группам, так и по отдельным товарам проявляется конъюнктура рынка, которая складывается и изменяется под воздействием многочисленных факторов, включая масштабы и структуру производства, торговли, динамику цен, денежные доходы покупателей и финансовые возможности организаций, размеры товарных запасов, организацию товародвижения.

Для развитого товарного рынка должна быть характерна сбалансированность спроса и предложения или некоторое превышение предложения над спросом, что должно способствовать снижению цен на товары.

Необходимо отметить, что товарный рынок имеет следующие основные признаки:

- наличие товаров и предоставление услуг на всех уровнях товародвижения;
- массовый характер коммерческо-хозяйственных взаимоотношений партнеров;
- самостоятельность в выборе продавцом, посредником, покупателем соответствующего партнера исходя из коммерческо-хозяйственных приоритетов и потенциальных возможностей;
- воплощение конечного результата взаимоотношений партнеров в акте купли-продажи товара.

Любая специализация производственно-хозяйственной деятельности, в особенности на товарном рынке, предполагает необходимость обмена; всякое пространственное разделение требует возможности перемещения; дифференциация свойств товара и вида услуг вызывает необходимость установления связи, передачи информации, изменения технологии доставки и продажи товаров соответствующим механизмом, позволяющим обеспечивать функционирование субъектов хозяйствования в условиях неопределенности внешней среды, рисков и рыночного взаимодействия с целью повышения устойчивости их функционирования и результативности макроэкономических воспроизводственных процессов. Инфраструктура в совокупности формирующих ее элементов является механизмом, компенсирующим все возрастающее в условиях развития рынка повышение разнообразия товаров и услуг, неупорядоченность и разнородность воздействий внешней среды, влияющих на деятельность хозяйственных объектов с целью повышения их устойчивости на рынке.

Инфраструктура товарного рынка. В Беларуси в настоящее время все активнее складываются рыночные экономические отношения, способствующие эффективному функционированию всех отраслей экономики на основе достижения коммерческо-хозяйственного успеха. Это требует научно обоснованной трактовки инфраструктуры товарного рынка, ее функций, компонентов, критериев оценки.

Для эффективного развития экономики страны, обеспечения рационального функционирования объектов рынка и их единства в реальном рыночном пространстве необходимо, прежде всего, классифицировать элементы рыночной инфраструктуры по укрупненным блокам (рис. 1).

Следует выделить и отдельные инфраструктурные элементы товарного рынка, обеспечивающие устойчивость хозяйственного комплекса национальной экономики (рис. 2).

Для отнесения отраслей к инфраструктурному комплексу в экономической литературе разрабатывается система критериев. В качестве существенных признаков и критериев инфраструктуры значительная часть исследователей выделяет следующие:

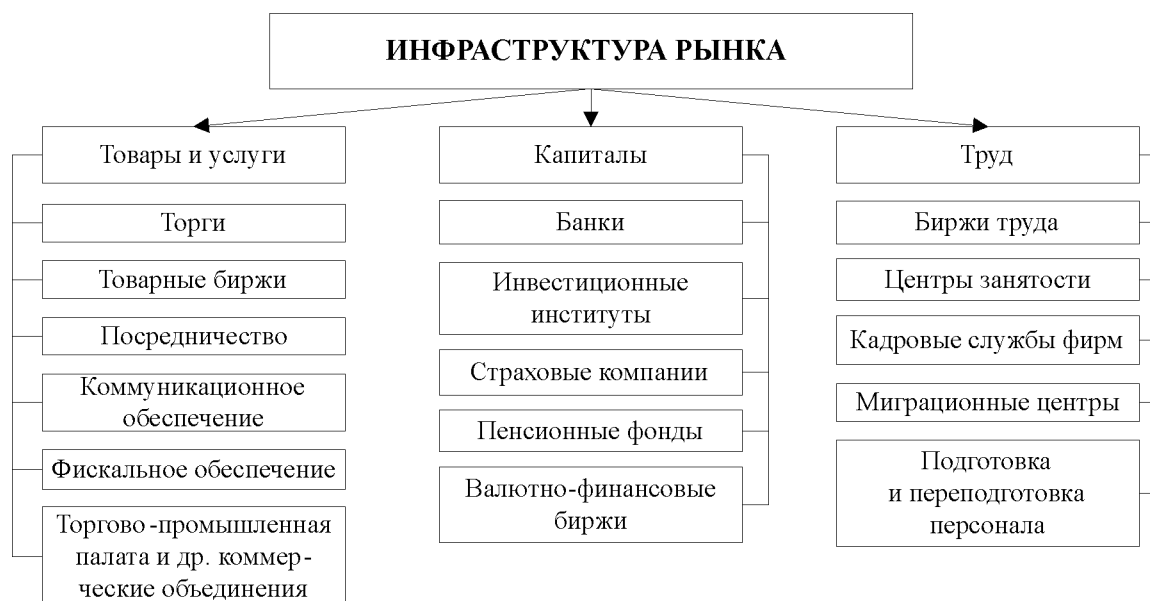


Рис. 1. Классификация элементов инфраструктуры рынка по укрупненным блокам.

Источник. Авторская разработка.

- производственная деятельность инфраструктуры не создает новой натурально-вещественной формы продукта, а лишь увеличивает стоимость уже созданной;

- процесс производства неотделим от потребления полезного эффекта;

- продукция инфраструктуры, выступающая в форме процессов перемещения, хранения, передачи информации, не подлежит хранению или складированию.

Комплексный подход к рассмотрению отдельных элементов инфраструктуры товарного рынка выдвигает требование о необходимости формирования официальной государственной Концепции (а затем и Программы) развития инфраструктуры товарного рынка как на республиканском, так и на региональном уровнях.

В заключение следует отметить, что в нашей стране в недалеком прошлом была сформирована система управления товарными потоками, основанная на жесткой иерархии управления логистической цепью инфраструктурных элементов товародвижения. В этой системе вертикальные структуры оптового звена торговли и снабжения брали на себя опосредование связей между различными отраслями и организационными структурами, их представляющими.

В результате произошло нивелирование конечной цели посреднической дея-

тельности – услуги. Заложенный первоначально принцип целевой направленности услуги с ориентацией на конечные результаты с формированием организационных структур вокруг целей, а не вокруг ресурсов, не сработал.

В научной литературе проблемам перехода от административно-регулируемой экономики к рыночной посвящено достаточно исследований. И если отдельные направления товарного рынка исследуются достаточно часто (например, проблемы менеджмента, маркетинга, логистики), то до настоящего времени нет единой точки зрения у экономистов и ученых относительно инфраструктуры товарного рынка и необходимости его регулирования. Отказ от регулирования товарного рынка на начальных этапах реформирования психологически вполне объясним: это была реакция на командно-административные методы управления рынком и торговлей, основанные на жестком регулировании сферы производства и распределения.

В настоящее время уже не обсуждается то положение, что в условиях продолжающегося кризиса экономики постсоциалистических стран не исключается, а предполагается государственное регулирование экономики в целом и ее отдельных сфер (в том числе товарного рынка) с использова-



Рис. 2. Важнейшие элементы инфраструктуры.

Источник. Авторская разработка.

нием системы мер, направленных на создание предпосылок для эффективного использования рыночных механизмов, на регулирование отраслей и сфер, связанных с инфраструктурой товарного рынка.

Современные же рыночные условия поставили задачу смещения акцента на полезный эффект труда, создающего услуги, т. е. на его способность производить потребительные стоимости, так как в процессе труда потребительная стоимость результата труда, предоставляемого в качестве деятельности, выступает в форме конкретной услуги потребителю товаров. Это и формирует отличительные черты услуги от товара. В условиях становления рынка и создания современной инфраструктуры товарного рынка делается попытка изменить положение, постоянно реорганизуя и стимулируя создание вокруг ресурсов новых структур посреднического характера на горизонтальном уровне управления (товарные биржи, конкурсные торги, торговые дома, ярмарки, выставки, аукционы и пр.), способных устойчиво и стабильно функционировать на товарном рынке.

Это, в свою очередь, потребовало перемен в концептуальной, методологической составляющей процесса управления товаропотоками по всей цепочке инфраструктурных элементов, формирующих реализующую цепь. Исходной составляющей данных изменений явилось признание того, что система рыночных отношений в сфере обраче-

ния объективно диктует необходимость поиска новой целевой установки, перехода от устоявшегося стереотипа ресурсопотребления «загодя и впрок» к процессу реального ресурсодвижения под конкретное потребление при минимуме запаса.

Это предопределило возрастание в современных реалиях рыночной экономики роли такого посредника, как инфраструктурная составляющая, которая руководствуется принципом горизонтальных взаимоотношений с максимизацией полезности производимых материальных и нематериальных благ. По нашему мнению, вопросы формирования рыночной инфраструктуры в отечественной экономической науке должны рассматриваться в контексте научных представлений о системной роли инфраструктуры в развитии экономики в целом. Являясь специфическим порождением социально-экономических систем, инфраструктура возникла на определенном уровне развития хозяйства как объективно необходимое следствие происходящих в хозяйстве структурных изменений, вызывающих разобщение элементов, дифференциацию их свойств, перераспределение характеристик и др.

Все эти процессы требуют создания некоторого сопутствующего им механизма, компенсирующего издержки разобщения, «увязывающего» между собой результаты процесса структурообразования. Так, любая специализация предполагает необходимость обмена, всякое пространственное разделе-

ние требует наличия возможности перемещения, любая дифференциация свойств вызывает необходимость установления связи, передачи информации. Инфраструктура является механизмом, компенсирующим повышение разнообразия, неупорядоченности и разнородности внешних воздействий, влияющих на деятельность хозяйственных объектов. Каждой модели экономики соответствует собственная модель инфраструктуры, определяющая качество управления экономикой в целом.

При переходе от модели экономики с высоким уровнем государственного регулирования к модели с преимущественно рыночными регуляторами претерпевает изменение и инфраструктура хозяйства². Это проявляется в изменении форм и методов работы элементов инфраструктуры, формировании новых и ликвидации устаревших. Одним из условий развития рыночных отношений является самоорганизация по взаимному соглашению формально равноправных субъектов хозяйствования. Это предполагает, во-первых, наличие органов и институтов, способствующих установлению контактов между потенциальными партнерами, облегчающих выбор наиболее эффективных из них, и, во-вторых, наличие общих правил, законов, нормативных актов, регулирующих отношения субъектов хозяйствования.

Взаимосвязь указанных процессов организации и самоорганизации как отражение государственного регулирования, с одной стороны, и доступной субъектам свободы самоопределения – с другой, в рыночных условиях осуществляется через создание и функционирование института инфраструктуры. И инфраструктура выступает здесь тем механизмом, который обеспечивает синтез, взаимосвязь и взаимодействие процессов организации и самоорганизации товарного рынка. В этом направлении рыночная инфраструктура рассматривается как совокупность органов и институтов, организационно и материально обеспечивающих основные рыночные процессы: взаимный поиск друг друга продавцами и покупателями, товародвижение, обмен товаров на деньги, а также право-

вую, коммуникационную, кадровую, хозяйственно-экономическую и финансовую деятельность рыночных структур. Наши подходы к классификации инфраструктуры товарного рынка могут стать одним из первых шагов к разработке Программы (концепции) развития товарного рынка Беларуси в современных условиях рыночных преобразований и с учетом мировых процессов глобализации и интеграции. Этому, надеемся, будет способствовать и выпускаемое в издательстве БГЭУ одно из первых в Беларуси пособий на эту тему [51].

ЛИТЕРАТУРА

1. Акулич И.Л. Маркетинг: учебник. Минск: Вышэйшая школа, 2006. 447 с.
2. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учебник. М.: Новое знание. 2007. 526 с.
3. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Л.Л. Ермолович, Л.Г. Сивчик, Л.Г. Толкач, И.В. Щитникова. Минск: Интерпрессервис: Экоперспектива, 2001. 571 с.
4. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Под общ. ред. Л.Л. Ермолович. Минск: Интерпрессервис; Экоперспектива, 2006. 576 с.
5. Аникеев И.М., Аникеева И.С. Основы финансового аудита. Минск: Белмаркет, 2001. 80 с.
6. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента. Как управлять капиталом М.: Финансы и статистика, 2003. 238 с.
7. Балащенко В.Ф. и др. Основы экономики промышленного предприятия. Минск: Беларуская навука, 2000. 160 с.
8. Беляцкий Н. П. и др. Управление персоналом: учеб. пособие. Минск: Интерпрессервис, Экоперспектива, 2007. 352 с.
9. Брюс У. Пери. Java сервлеты и JSP. Сборник рецептов - КУДИЦ-Образ М., 2006. 768 с.
10. Шелег Н.С., Валевиц Р.П., Давыдова Г.А. и др. Экономика организаций торговли: учеб. пособие. Минск: БГЭУ, 2010. 672 с.
11. Волонцевич Е.Ф. Конкурентоспособность фирм. Минск: БГЭУ, 2003. 243 с.
12. Щербаковский Г.З. Механизм конкуренции и пути обеспечения стабильности фирмы: докт. дис. СПб., 1999. 224 с.
13. Глухов А. Оценка конкурентоспособности товара и способы ее обеспечения // Маркетинг. 2005. № 2.
14. Ефимова О.П. Экономика общественного питания: учеб. пособие. Минск: Новое знание, 2008. 304 с.

² Вопросы регулирования товарного рынка рассмотрены в [49; 50].

15. Золотогоров В.Г. Организация и планирование производства: практ. пособие. Минск: ФУ Аинформ, 2001. 528 с.
16. Стиридонов И.А. Международная конкуренция и Россия. М.: ИНФРА, 1997. 170 с.
17. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. М.: Юрайт, 2001. 224 с.
18. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента: учеб. пособие. Минск: Новое знание, 2008. 336 с.
19. Кей С. Хорстманн, Гари Корнелл. Java 2. Библиотека профессионала. Т. 2. Тонкости программирования. М.: Вильямс, 2006. 1168 с.
20. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга. М.: Издат. дом «Вильямс», 1998. 358 с.
21. Романов Л.Е. Методы построения стратегии конкуренции фирмы//Вопросы экономики. 2000. № 7.
22. Любушин Н.П., Лещева В.Б., Дьякова В.Г. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: учеб. пособие / Под общ. ред. Н.П. Любушина. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. 471 с.
23. Романов А.Н., Корлюгов Ю.Ю., Красильников С.А и др. Маркетинг: учебник / Под ред. А.Н. Романова. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2001. 560 с.
24. Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н. Маркетинг. СПб.: Питер, 2002. 400 с.
25. Новицкий Н.И., Олексюк В.Н. Управление качеством продукции: учеб. пособие. Минск: Новое знание, 2001. 238 с.
26. Описание *Brwin 4.0*. Режим доступа: <http://www.interface.ru/ca/brwin2.htm>
27. Описание *Erwin*. Режим доступа: <http://www.ecsoman.edi.ru/db/msg/72668.html>
28. Организация производства: учебно-практ. пособие / М.Ю. Пасюк, Т.Н. Долинина, А.А. Шабуня. Минск: ООО ФУ Аинформ, 2002. 76 с.
29. Головачев А.С., Березина Н.С., Бокун Н.Ч. и др. Организация, нормирование и оплата труда: учеб. пособие / Под общ. ред. А. С. Головачева. М.: Новое знание, 2004. 496 с.
30. Пелих С.А. Производственный менеджмент. Управление предприятием. Минск: БГЭУ, 2003. 421 с.
31. Похабов В.И. Основы маркетинга: учеб. пособие. Минск: Высшая школа, 2001. 271 с.
32. Кандаурова Г.А., Борисевич В.И., Шелег Н.С. и др. Прогнозирование и планирование экономики: учебник / Под общей ред. В.И. Борисевича. Минск: Интерпрессервис, 2005. 380 с.
33. Пелих С.А., Гоев А.И., Плотницкий М.И. и др. Производственный менеджмент. Управление предприятием: учеб. пособие / Под ред. проф. С.А. Пелиха. Минск: БГЭУ, 2003. 555 с.
34. Мюллер Р. Базы данных и UML: Проектирование. М.: Лори, 2002. 432 с.
35. Раицкий К.А. Экономика предприятия: учебник. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издат. дом «Дашков и К», 2002. 1012 с.
36. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. 5-е изд. Минск: ООО «Новое знание», 2001. 688 с.
37. Стражева Н.С., Стражев А.В. Бухгалтерский учет: метод. пособие. Минск: Изд. В.М. Скакун, 2004. 384 с.
38. Суша Г.З. Экономика предприятия: учеб. пособие. М.: Новое знание, 2003. 384 с.
39. Суша Г. З. Экономика предприятия: учеб. пособие. М.: Новое знание, 2006. 384 с.
40. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент. М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2007. 368 с.
41. Феоктистова Е.М., Краснюк И.Н. Маркетинг: теория и практика. М.: Высшая школа, 2003. 356 с.
42. Хрипач В.Я. и др. Экономика предприятия. Минск: Экономпресс, 2001. 464 с.
43. Шуляк П.Н. Финансы предприятия. М.: Издат. дом «Дашков и К», 2005. 368 с.
44. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: учебник / Под общ. ред. А.Н. Соломатина. М.: ИНФРА-М, 2006. 292 с.
45. Хрипач В.Я., Суша Г.З., Оноприенко Г.К. Экономика предприятия / Под ред. В.Я. Хрипача. Минск: Экономпресс, 2000. 464 с.
46. Волков В.П., Ильин А.И., Станкевич В.И. и др. Экономика предприятия: учеб. пособие. М.: Новое знание, 2003. 677 с.
47. Мишин Ю.В. Экономические основы организации конкурентоспособного производства: докт. дис. М., 2002. 374 с.
48. http://revolution.allbest.ru/marketing/00012978_0.html
49. Шелег Н.С. Государственное регулирование потребительского рынка в условиях создания Союзного государства: проблемы и перспективы. М., 2003. 362 с.
50. Петрович М.В. Государство, потребитель, рынок: проблемы и методы регулирования. Вильнюс: Ксения, 2005. 538 с.
51. Шелег Н.С., Енин Ю.И. Инфраструктура товарного рынка. Минск: БГЭУ, 2011.



Материал поступил 14.04.2010 г.