

Они могут обжаловать решения и действия налоговых органов лишь в судебном порядке, что противоречит законам “О государственной налоговой службе” и “Об обращении граждан”.

*А.А. Праневич
БГЭУ (Минск)*

КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА ТРЕБУЕТ РЫНОЧНЫХ МЕТОДОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Конкурентная среда — важный элемент и сердцевина рыночной экономики. Ее наличие свидетельствует о том, что созданы необходимые предпосылки, правила игры, которые позволяют всем субъектам хозяйствования быть равноправными партнерами на рынке. Созданная конкурентная сфера становится основной для честной конкурентной борьбы, в которой побеждает тот, кто предложит рынку лучшие товары и услуги по экономически обоснованным ценам, что в целом содействует развитию национальной экономики и повышению жизненного уровня населения.

В течение истекшего десятилетия в торговой отрасли были сделаны определенные шаги, направленные на формирование конкурентной среды. Реформирование, реструктуризация организационных структур и приватизация способствовали созданию частного (негосударственного) сектора в торговле. Удельный вес товарооборота негосударственных предприятий с учетом потребкооперации в общем его объеме в 2001 г. составил 57,9 %.

В реформенный период серьезной конкурентной силой, составляющей часть конкурентной среды торговли, стала фирменная торговля. К сожалению, она стала развиваться не от товарного избытка и необходимости более глубоко изучать покупательский спрос, а по причине недостатка денежной наличности, которая затем использовалась для выплаты заработной платы и пополнения недостатка собственных оборотных средств. Наличие такой среды привело к оттоку покупателей от традиционной сети. К тому же с целью наращивания объемов продажи товаров через фирменные магазины, предприятия-производители направляют им лучшую продукцию, которой нет в других торговых предприятиях. Удельный вес товарооборота фирменной торговли в общем объеме розничного товарооборота Республики в 2000 г. составил 6,3 %.

Наиболее значимой конкурентной силой на торговом поле в исследуемом периоде стали рынки (вещевые, продовольственные), так называемый, “неорганизованный” рынок, где основными субъектами являются, как правило, индивидуальные торговые предприниматели. Доля “неорганизованного” рынка к 2001 г. в общем объеме покупок составила 31,5 %. При этом темпы роста продаж на “неорганизованном” рынке значительно превышают аналогичный показатель в стационарно-организованной и официально учтенной сети, что подтверждает высокую адаптивность к спросу мелких и средних предприятий по сравнению с крупными. Они быстрее реагируют на изменения требований рынка.

Краткий обзор развития конкурентных сил свидетельствует о наличии конкурентной среды на торговом рынке, что требует перестройки работы всех субъектов рынка на рыночные рельсы. Такой вывод подтверждается к тому же серьезными финансовыми проблемами, которые испытывают все торговцы. Многие торговые предприятия вместо прибыли имеют убыт-

ки или находятся на грани убыточности. Прибыльными являются лишь универмаги и крупные хозяйственные магазины, индивидуальные продавцы торгующие, прежде всего импортными товарами, которые не производятся в стране. В наиболее сложной финансовой ситуации находятся продовольственные торговые предприятия, и это при том, что доля продуктов питания в общем объеме продаж составляет около 66 %. Такая ситуация во многом обусловлена усиливающимся административным воздействием на экономические процессы. Но в связи с тем, что последние два года реально-го улучшения на потребительском рынке нет (особенно в ассортиментном разрезе), становится ясным, что только административным ресурсом построить рыночную экономику невозможно. Именно наличие конкурентной среды диктует необходимость быстрого освоения рыночных методов хозяйствования и учета в своей деятельности закономерностей, присущих рыночной системе хозяйствования.

*И.В. Прыгун
БГЭУ (Минск)*

ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ УСЛОВИЙ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ КАК ФАКТОР АКТИВИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Анализ новых тенденций, характеризующих мировую экономику, показывает, что главным средством достижения экономического лидерства, важнейшим инструментом конкурентной борьбы становится научно-технологическое развитие. Более того, рабочая группа ICECE (Innovation Centre of Eastern and Central Europe — Инновационные центры Восточной и Центральной Европы) выдвигает в качестве одной из первоочередных задач развития экономик пост-коммунистических стран создание системы, поддерживающей инновационные процессы. Исходя из преемственности направлений экономического развития и роли важнейших факторов в достижении социально-экономических целей Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2001—2005 гг. определяет приоритетом активизацию инновационной и инвестиционной деятельности, что предъявляет новые требования к качественному совершенствованию торговли, адекватному потребностям общества и условиям складывающейся рыночной среды.

В этом отношении систематизация материалов проблем развития торговли в период трансформации экономики Беларуси дает основания для определенного обобщения и соответствующих выводов. Прежде всего, следует отметить, что должное развитие торговли и внедрение инновационных технологий в эту сферу сдерживают следующие причины: неодинаковый уровень развития рыночных отношений в сфере производства и сфере обращения, в частности, конкурентных; отсутствие адекватного рыночного механизма при ликвидации системы централизованного доведения товаров до потребителей; частые изменения структуры и подчиненности органов власти, призванных осуществлять государственное регулирование торговой деятельности; низкая эффективность торгового и финансового менеджмента и др. А ведь торговля, как свидетельствует опыт развитых стран, относится к тем отраслям экономики, где теоретически и реально создаются наиболее благоприятные условия для развития конкурентных