

Потребительский рынок: проблемы становления и развития

Инесса МИКУЛИЧ,
Наталья СКРИБА,
доценты БГЭУ

Одной из положительных характеристик конъюнктуры потребительского рынка на современном этапе является превышение объема товарного предложения над объемом покупательского спроса. Однако ассортиментная структура предложения не соответствует структуре потребительского спроса. В определенной степени это несоответствие объясняется сложившейся структурой потребления населения, которая обусловлена низкой покупательной способностью, резкой дифференциацией ее в зависимости от уровня доходов. Так, темпы изменения реальной заработной платы и денежных доходов населения до 2001 года отставали от темпов изменения объемов производства и товарооборота (как в действующих, так и в сопоставимых ценах). По данным Министерства статистики и анализа Республики Беларусь, за 9 мес. 2002 года темп прироста розничного товарооборота в сопоставимых ценах составил 13,4%, что значительно опережает темпы прироста объемов промышленного производства в сопоставимых ценах (3,7%) и даже темпы прироста реальных денежных доходов (12%). Однако последнее из приведенных соотношений вызывает некоторые сомнения: при наличии тенденции наращивания объемов сбережений и вкладов физических лиц в банки сложно обеспечить опережающий рост объема товарооборота над ростом реальных денежных доходов.

Противоречивость выявленных тенденций вызвана применением в различных отраслях народного хозяйства разных методик пересчета отдельных показателей и определения сопоставимых баз данных. Некорректно, на наш взгляд, приводят базу сравнения в сопоставимый вид и статисти-

Состояние потребительского рынка является тем индикатором, своеобразной «лакмусовой бумагой», который отражает эффективность развития отраслей народного хозяйства и сбалансированность спроса и предложения. Любые диспропорции в соотношении различных элементов экономической системы незамедлительно и непосредственно сказываются на параметрах его развития. Более того, потребительский рынок является генератором идей для эффективного развития производственных отраслей. Знание закономерностей и тенденций развития потребительского рынка и экономически обоснованные меры эффективного воздействия на него, как правило, всегда приводят к успеху в любой деятельности.

ческие органы республики. Достигнутый рост всех экономических показателей носит, как правило, экстенсивный характер. Вновь открывающиеся предприятия торговли, расширение неорганизованного сектора торговли, наметившаяся тенденция увеличения доли торговых площадей в общем их количестве в целом должны обеспечивать рост объемов реализации как в действующих, так и в сопоставимых ценах, что и подтверждают данные органов статистики. Но если произвести расчеты по сопоставимой ценовой и материальной базе, а также сопоставимой структуре реализации, то темпы роста преобразуются в темпы снижения. Более того, по неорганизованному сектору торговли зачастую вообще ведется двойной учет объема реализуемых товаров в показателе товарооборота (реализация товара сначала промышленным предприятием, а затем – на неорганизованном рынке). Логично поставить вопрос: что для экономики республики важнее – продолжать показывать искаженные цифры валового роста, доведенные в качестве задания (и степень выполнения которых постоянно отслеживается), или в качестве статистических данных приводить реальное изменение объемных величин и пропорций между ними, параллельно проводя сопоставле-

ния с желаемым состоянием экономики, исходя из стратегических целей развития народного хозяйства?

Определенную диспропорцию в развитие потребительского рынка вносит несбалансированность тенденций и целей развития организованного и неорганизованного секторов рынка. С одной стороны, имеют место существенные различия в условиях их функционирования — сроках и порядке организации деятельности, хозяйственно-правовых формах, объемах концентрации финансовых ресурсов, ставках и размерах уплачиваемых налогов и таможенных платежей, масштабах государственного регулирования и поддержки. С другой стороны, глобальны их внутренние, сущностные различия. Самый большой отпечаток на все параметры деятельности накладывает нацеленность организованного рынка на долгосрочное устойчивое развитие, а неорганизованного – на получение сиюминутной максимальной прибыли. Различные целевые установки, неоднозначность предъявляемых требований со стороны государства и потребителя определяют и различия в уровне подготовки специалистов. На неорганизованном рынке сегодня функционируют представители любых профессий, не нашедшие возможностей самореализации по своей

специальности. Хотя нельзя сбрасывать со счетов и тот факт, что именно неорганизованный рынок открывает возможности накопления первоначального капитала, что в дальнейшем станет основой для развития производственной сферы, которая, согласно мировым тенденциям, обеспечивает большую норму прибыли на вложенный капитал.

Значительно искажает структуру потребления населения действующая в республике система квотирования, которая по сути своей не отвечает принципам формирования экономики рыночного типа. Доведение величин квот по общему объему в определенной степени гарантирует промышленным и сельскохозяйственным предприятиям сбыт продукции любого качества и любого ассортимента, но ставит торговую отрасль перед необходимостью выбора между финансовыми затратами на содержание и хранение неходовых и залежалых товаров и величиной штрафов за невыборку доведенных квот. Эта проблема усугубляется недостатком собственных оборотных средств в торговле (при нормативе 10% фактически 0,4%). Учитывая сложное финансовое положение предприятий торговли, стоимость кредитных ресурсов для них остается сегодня достаточно высокой. Единственным преимуществом отечественных товаров, распределяемых по квотам, является относительно невысокая цена. Но сравнение конкурентных преимуществ товаров по системе «цена – качество» наглядно свидетельствует о том, что большая часть отечественной продукции уступает аналогичным импортируемым ассортиментным позициям.

Сегодня основным конкурентным преимуществом товаров на потребительском рынке республики выступает ценовой фактор. Поэтому даже более качественные отечественные товары зачастую не находят сбыта ввиду более высокой цены для потребителя по сравнению с импортными аналогами, уступающими по качеству. Следовательно, на фоне общемировых тенденций развития научно-технического прогресса качество удовлетворяемых

потребностей в Беларуси постоянно снижается.

Об ухудшении структуры потребления свидетельствует и увеличение доли продуктов питания в общем объеме розничного товарооборота (с 44,9% в 1990 г. до 60,7% в 2001 г.). Снижение доли непродовольственных товаров в общем объеме реализации, по общепризнанному в среде экономистов мнению, свидетельствует о падении уровня жизни населения и неблагоприятных тенденциях в развитии экономики. Этот вывод подтверждается и увеличением в общем объеме потребления продукции с незаконченным производственным циклом. Так, увеличивается реализация хлопчатобумажных и шелковых тканей (соответственно 133% и 118% к уровню прошлого года) по сравнению с ростом продаж белья (112%), трикотажных изделий (125%); темп роста реализации мяса (119%) выше, чем колбасных изделий (115%), полуфабрикатов и кулинарной продукции. Снижается количество посадочных мест в предприятиях общественного питания, в критическом состоянии находится сфера оказания бытовых услуг населению, поскольку спектр выполняемых ими работ практически полностью переместился в рамки домашних хозяйств.

За 2001–2002 гг. произошло значительное увеличение удельного веса расходов на оплату нетоварных, прежде всего коммунальных, услуг в общей сумме расходов населения. В целом такая тенденция характерна для всех экономически развитых стран. Однако увеличение доли нетоварных расходов там происходило на фоне постоянного непрерывного увеличения общей суммы доходов населения. Поэтому затраты на приобретение продовольственных и непродовольственных товаров в стоимостном выражении не только не изменялись, но даже росли. Появление и развитие этой тенденции в экономически развитых странах привело к формированию нового качества жизни населения. В условиях нашей действительности увеличение доли нетоварных расходов гораздо большими темпами, чем рост средней зара-

ботной платы, реальных доходов, приводит в конечном итоге к кризису на потребительском рынке. Снижение объема платежеспособного спроса является одним из самых реальных препятствий к стимулированию производственной сферы (как непосредственно через падение спроса на производимые товары, так и опосредованно — через отсутствие финансирования дальнейшего производства).

Серьезный дисбаланс в развитии производства и потребительского рынка вносит политика ценообразования. Механизм формирования цены у производителя продукции обеспечивает возмещение затрат и получение им прибыли в момент ее реализации. Розничная цена реализации продукции, сформированная с учетом предельных уровней торговых надбавок, не гарантирует предприятиям торговой отрасли не только получение прибыли, но и в отдельных случаях возмещения издержек, связанных с реализацией. Утвержденные предельные уровни торговых надбавок по социально значимым группам товаров ориентированы на сдерживание роста цены в сфере обращения. Обеспечение деятельности предприятий торговли на принципах самокупаемости и самофинансирования в качестве задачи даже не рассматривается. Превышение издержкостоемкости реализации многих товарных позиций над предельными уровнями торговых надбавок привело к тому, что рентабельность к обороту в торговле не достигает 1%. Это означает, что получаемая масса прибыли и величина собственных оборотных средств не обеспечивают даже процесса простого воспроизводства. Изношенность основных фондов и отсутствие достаточных финансовых ресурсов не позволяют торговым предприятиям совершенствовать технологический процесс на базе достижений научно-технического прогресса и все более усугубляют технологическую отсталость торговой сферы.

Современное состояние потребительского рынка во многом определяется неразвитостью его инфра-

структуры, отсутствием рыночных инструментов взаимодействия между ее элементами, ненадежностью механизмов обратной связи. Каждый из элементов инфраструктуры развивается в республике по своим административно устанавливаемым законам, без комплексной системной увязки в рамках единого народно-хозяйственного комплекса. Отчасти этим можно объяснить различия в динамике, пропорциях и направленности развития, казалось бы, взаимосвязанных процессов. Отсутствие институтов бирж, развитой системы страховых и перестраховочных организаций, инновационных, венчурных и инвестиционных фондов приводит к невозможности нормального функционирования потребительского рынка, ориентированного на удовлетворение спроса населения и интенсификацию производства.

Многие наши беды – в отсутствии рыночной этики и идеологии. Это не сет в себе скрытый, но очень мощный отрицательный импульс: через неприятие и негативное отношение к торговле и предпринимательству формируется противостояние между потребителями и производителями. В расчет не берется даже то обстоятельство, что, находясь на рабочем месте, каждый потребитель представляет интересы производителя и в силу этого должен быть заинтересован в повышении результативности работы. Такая зависимость и должна стать инструментом роста денежных доходов работника, а следовательно, и его спроса на потребительском рынке.

Учитывая изложенное, в качестве основных рекомендаций по нормализации ситуации на потребительском рынке и ускорению темпов его развития можно предложить следующие подходы и мероприятия:

- переход в рамках обостряющейся проблемы ограниченности ресурсов от экстенсивного типа развития экономики к интенсивному;
- совершенствование института собственности;

- переход к свободному ценообразованию с учетом потребностей, обеспечения соответствия между спросом и предложением как по объему, так и по ассортиментной структуре. Государственное установление цен возможно только в отношении продукции, выпускаемой подотрослями, на деятельность которых распространяется государственная монополия;
- отказ от системы квотирования потребительских товаров и услуг;
- совершенствование механизма налогообложения предприятий торговой сферы. Ограничение количества налогов с оборота (оставить только НДС и акцизы), отмена всех отчислений во внебюджетные фонды, уплачиваемых из валовых доходов, снижение налоговой нагрузки на фонд заработной платы (отмена отчислений в фонд содействия занятости и чрезвычайного налога), исключение из налогообложения суммы прибыли, реинвестируемой в развитие предприятия;
- освобождение от налогообложения в течение первых трех лет (или до момента получения прибыли) вновь создаваемых предприятий, использующих передовые технологии и повышающих качество потребительского рынка;
- гибкое проведение политики формирования и наращивания собственных оборотных средств, предоставление предприятиям права самостоятельно определять необходимость и возможность формирования 6-процентных отчислений от валовых доходов на пополнение собственных оборотных средств;
- совершенствование амортизационной политики и политики в области технического прогресса в направлении повышения заинтересованности предприятий в приобретении нового современного оборудования и внедрения прогрессивных технологий организации торговых процессов;
- изменение методики переоценки основных фондов предприятий в целях

недопущения завышения их стоимости. Это приведет к снижению себестоимости, возможности применения ускоренной амортизации и получению прибыли, направляемой на реконструкцию и модернизацию производства с учетом не только физического, но и морального износа;

- увеличение стоимости рабочей силы, что, с одной стороны, увеличит долю добавленной стоимости в общей стоимости продукции, а с другой стороны, увеличит покупательную способность населения и тем самым даст толчок развитию производства;
- разработка единых методологических подходов и методики приведения экономических показателей в сопоставимый вид, исключающих искажение реальных результатов и двойной счет отдельных величин;
- разработка государственной политики, направленной на формирование рыночной этики и идеологии, уважение предпринимательства;
- пропаганда здорового образа жизни и высокого качества потребления среди населения республики, реклама отечественного товаропроизводителя;
- повышение экономической грамотности населения, которая, в свою очередь, будет формировать более высокие требования к субъектам рынка и способствовать росту эффективности их деятельности.

Вместе с тем следует помнить, что механизм решения проблем макро- и мезоуровня реализуется в рамках каждого предприятия своими специфическими методами. Единого шаблона по их преодолению не существует. Различные цели, специфика деятельности, объем используемых ресурсов определяют индивидуальность в наборе инструментов и средств управления деятельностью и выхода на качественно новый уровень экономического роста. ■