

МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ МОДЕРНИЗАЦИИ ТОРГОВОЙ СФЕРЫ РОССИИ

В статье рассматривается макроэкономический механизм модернизации торговой сферы, который характеризуется противоречивой двойственностью. С одной стороны, он включает рыночное саморегулирование процессов модернизации, основным принципом осуществления которых должен стать принцип эффективности торговых предприятий России и конкурентоспособности российских товаров и услуг. С другой стороны, этот рыночный механизм должен быть обеспечен адекватным общественно-государственным регулированием с учетом государственной сложности и масштабности поставленных задач, а также необходимости выбора адекватных их достижению методов и инструментов, мониторинга, диагностики, оценки и коррекции полученных промежуточных и конечных результатов.

Механизм модернизации торговой сферы характеризуется противоречивой двойственностью, в которой одна часть дополняет или компенсирует другую. С одной стороны, поскольку речь идет об экономическом механизме, он включает рыночное саморегулирование процессов модернизации, основным принципом осуществления которых должен стать принцип эффективности торговых предприятий России и конкурентоспособности российских товаров и услуг. С другой стороны, этот рыночный механизм должен быть обеспечен адекватным общественно-государственным регулированием с учетом государственной сложности и масштабности поставленных задач, а также необходимости выбора адекватных их достижению методов и инструментов, мониторинга, диагностики, оценки и коррекции полученных промежуточных и конечных результатов.

Стратегический подход к модернизации торговой сферы России предполагает создание специального механизма реализации предполагаемой стратегической трансформации с адекватными функциями целевой ориентации, организации, проведения и регулирования данного процесса. Рассматриваемый макроэкономический механизм представляется системой логически взаимосвязанных блоков, в которую входят: целевой блок; блок методов и средств, включая инструменты и формы достижения целей; блок контроллинга; коррекционный блок.

Последовательность взаимодействия блоков обусловлена логикой алгоритма регулярной тактической настройки движения к цели по избранной траектории стратегического развития на основе управления изменениями в торговой сфере.

В целевом блоке в соответствии с определенными целями и задачами стратегической модернизации торговой сферы России разрабатываются ее концепция, программы и планы. В концепции определяются общие ориентиры желае-

мого состояния торговой системы, формулируются императивы и приоритеты, а также путь достижения цели. После общественного обсуждения концепции производится ее конкретизация в программах стратегического развития, где в рамках каждой цели выделяются подцели, вводятся целевые установки и система показателей (индикаторов) их достижения. Далее создаются индикативные планы по горизонтам и проектам модернизации торговой сферы, в которых все цели и подцели увязаны со сроками их осуществления и ответственными субъектами.

Сформируем основные направления (целевые установки) реализации поставленных целей модернизации торговой сферы России на макроуровне.

1. Разработка (пересмотр) нормативной документации (законы, постановления, рекомендации) по модернизации торговой сферы России.

1.1. Разработка общих принципов торговой деятельности торговых предприятий с учетом глобализации мировой экономики и социализации целей бизнеса.

1.2. Разработка национального этического кодекса поведения предприятий торговли в мировой предпринимательской системе хозяйствования.

1.3. Разработка экологических стандартов, учитываемых торговыми предприятиями в своей деятельности.

1.4. Создание санитарных и противоэпидемических стандартов по защите жизни и здоровья потребителей.

1.5. Создание общественных институтов (ассоциаций торговцев по видам деятельности).

1.6. Создание специализированного органа, разрабатывающего единый рейтинг предприятий торговли по видам (оптовая, розничная, услуги общепита), базирующийся как на экономических показателях деятельности, так

и на показателях социальной ответственности с целью ориентации на него в первую очередь потребителей, а также инвесторов и т. д.

1.7. Разработка рекомендаций по совершенствованию управления деятельностью торгового предприятия по подсистемам (сбыт, ценообразование, финансы, кадры и т. д.), учитывающих ориентацию предприятия на потребности общества и особенности реформируемой экономики, связанной с процессами глобализации.

2. Создание благоприятных условий жизнедеятельности торгового предприятия.

2.1. Обновление основных фондов предприятий торговли (ремонт помещений рынков, создание павильонов, механизация разгрузочно-погрузочных работ и т. д.).

2.2. Разработка единой системы электронной торговли (по видам деятельности, по регионам, по виду товара и т. д.).

2.3. Создание единой базы данных о потребностях (глобального национального маркетингового исследования), чтобы помочь торговому предприятию позиционировать свой продукт на рынке.

3. Совершенствование механизма защищенности потребителей; формирование у населения «потребительских знаний».

3.1. Совершенствование закона о защите прав потребителей, в т. ч. деятельности комитетов по защите прав потребителей.

3.2. Внедрение в учебный процесс вузов страны дисциплины о правах потребителей.

3.3. Создание электронной информационной базы «Книга жалоб и предложений», содержащей мнения потребителей о деятельности торговых предприятий и уровне их обслуживания, в т. ч. разработка рейтинга худших предприятий торговли, с освещением результатов в СМИ.

3.4. Формирование потребительского менталитета (умение себя грамотно защитить).

3.5. Создание банка данных об экологически чистых продуктах и их производителях.

3.6. Создание информационной базы о негативном воздействии товаров, а также их компонентов на здоровье потребителей. Организация системы оповещения населения в местах их распространения.

3.7. Формирование культуры потребления у населения (ведение здорового образа жизни, ориентация на экологически чистые продукты).

Разработанные автором целевые установки дают представление об основных направлениях реализации стратегии торговой сферы РФ

на макроуровне в соответствии с заявленными целями. Перечисленные направления сочетают в себе возможность использования рыночных и общественных институтов в управлении, делают торговый бизнес более прозрачным для общества, помогут лоббировать его интересы без ущерба для общества.

Особенность механизма регулирования товарного обращения в современной России заключается в том, что действовавший на протяжении длительного периода времени механизм административного регулирования не функционирует, а новые рыночные и нерыночные методы регулирования находятся в стадии затянувшегося становления. Процесс трансформации товарного обращения в России на современном этапе основывается на следующих предпосылках: во-первых, на переходе к многоукладной экономике и преобразовании форм собственности в соответствии с законом «О собственности в РСФСР» [8] и законом «О приватизации государственных и муниципальных предприятий» [6]; во-вторых, на создании правовых основ регулирования предпринимательской деятельности в торговле (в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации); в-третьих, на создании антимонопольного законодательства, в частности, закона «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» [4], закона «О естественных монополиях» [3]; в-четвертых, лицензировании и сертифицировании услуг отраслей товарного обращения (закон «О сертификации продукции и услуг» [7]); в-пятых, на создании механизма банкротства предприятий (закон «О несостоятельности (банкротстве) предприятий» [5]).

Современный механизм хозяйствования в торговле строится на взаимодействии трех основных регуляторов: рыночного саморегулирования, государственного и негосударственного регулирования. При возрастающей роли негосударственных форм регулирования (различные соглашения об объединении предприятий, создании внутриотраслевых и межотраслевых комплексов и т. д.) конкуренция является основой, а государственное регулирование – стратегическим ориентиром развития отраслей товарного обращения. В процессе государственного регулирования рыночной экономики отрасли товарного обращения рассматриваются в качестве одной из крупнейших ее подсистем, ориентированных на решение социальных и экономических задач, а государственное регулирование сфе-

ры торговли способствует формированию хозяйственных связей на конкурентной основе, координации этих процессов и, следовательно, эволюционному развитию экономики.

В ходе реформирования экономики проделана немалая работа по созданию механизма рыночного взаимодействия органов исполнительной власти всех уровней и субъектов торговой деятельности. Переход от всеобъемлющей государственной монополии в области торговли к рыночным принципам ее организации составляет сегодня один из важнейших институциональных сдвигов в современной экономике страны.

Концепция исходит из того, что в условиях свободной экономики вмешательство государства в развитие экономических процессов на потребительском рынке допустимо лишь для устранения возникающих отрицательных последствий вследствие нежелательного смещения направлений его развития.

Среди методов государственного регулирования воспроизводства торгового капитала выделяются: экономические, информационно-ориентирующие, законодательные и административные [10, с. 220]. Все они имеют институциональный характер, так как связаны с определением норм и правил, учетом традиций и обычаев, обеспечением контрактов и порядка, защитой статусов продавцов и покупателей, а также проводимыми органами государственной власти мерами, направленными на обеспечение устойчивости и эффективности функционирования системы товарного обращения, и подчиняются соответствующим правовым нормам.

Реализация основных направлений государственного регулирования обеспечивается определенным набором организационных функций, выполняемых территориальными органами государственного регулирования торговли (комитетами, департаментами, отделами). В результате коммерциализации и приватизации большая часть предприятий торговли преобразована в хозяйственные товарищества, акционерные общества и другие организационно-правовые формы, базирующиеся на негосударственных формах собственности. В этих условиях, мелкие и средние предприятия торговли, не обладающие необходимыми складскими помещениями, испытывают трудности с организацией эффективных закупок товаров и рационального товародвижения. Повышение конкурентоспособности таких предприятий может быть обеспечено на основе их объединения в современные цепные или вер-

тикально организованные компании. Поэтому федеральные и территориальные органы государственного регулирования должны поддерживать и регулировать современные интеграционные процессы в торговле, действуя в рамках существующего антимонопольного законодательства [10, с. 220].

Применение принципов механизма государственного регулирования торговли будет зависеть от той модели рыночной экономики, которую мы хотим иметь. В условиях социально ориентированной рыночной экономики основными принципами являются динамичность, системность, стабильность, адаптивность, гибкость, рациональность (оптимальность), оперативность, ответственность, достоверность, эффективность и др.

Аборнева О.И. наряду с указанными принципами выделяет принцип децентрализованного управления предприятиями и организациями, который является производным от других принципов и вытекает из свойств экономической системы [1]. Децентрализация управления проявляется в отсутствии устанавливаемого центром государственного плана, подлежащего обязательному выполнению, не допускается вмешательство государства в оперативно-хозяйственную деятельность организаций.

По мнению автора, механизм модернизации торговой сферы на макроуровне должен опираться и на такие принципы, как отказ от управления торговыми предприятиями и ориентация на управление процессами, протекающими на потребительском рынке; сведение административного воздействия к нормативно-правовому регулированию; обеспечение равенства субъектов торговой деятельности независимо от форм собственности.

Принципы механизма регулирования торговли необходимо соотносить с теми приоритетами, на которые необходимо обратить внимание в первую очередь. В качестве социальных приоритетов государственного регулирования торговли можно считать:

- формирование потребительского рынка;
- обеспечение устойчивости функционирования предприятий и организаций торговли как важнейшего фактора региональной экономической безопасности;
- создание эффективного механизма реализации Комплексной программы развития инфраструктуры товарных рынков Российской Федерации на 1998-2005 годы;

– изменение стратегии научно-технического, информационного развития;

– осуществление комплексной системы мер для повышения инвестиционной привлекательности предприятий, формирование благоприятных условий для притока инвестиций путем включения рыночных механизмов регулирования, в частности фондового рынка.

Непосредственно с целями и приоритетами государственного регулирования торговли связаны общие и частные функции регулирования, но они могут быть сформулированы и самостоятельно в силу их многоаспектности. В системе государственного регулирования торговли среди общих функций важнейшей следует считать, по мнению автора, создание экономико-правовых условий функционирования механизма регулирования. Как известно, рыночная экономика объективно предполагает высокую эффективность управления благодаря компетентному использованию ее законов, принципов, методов.

Важное значение в условиях реализации социально ориентированной модели рыночной экономики имеет социальная функция государственного регулирования; объем перераспределения совокупного общественного продукта с учетом различных социальных групп должен быть достаточен для достижения цели государственного регулирования. Государство должно выступать гарантом социально незащищенных слоев населения (участников войны, инвалидов, многодетных семей и т. д.).

Немаловажной общей функцией является функция стратегического планирования. Иногда экономисты называют ее планово-прогнозной. Виднейший экономист В. Леонтьев подчеркивал значимость этой функции. Он часто использовал сравнение экономики с кораблем: частная инициатива, как ветер в парусах, сообщает экономике свой импульс, планирование же, как руль, направляет экономику в нужную сторону. Стратегическое планирование, отмечал В. Леонтьев, направлено на получение внутренне согласованных описаний различных состояний, в которых экономика может оказаться после применения альтернативных комбинаций различных мер экономической политики [9, с. 20-21].

Обязательной функцией является организационная, обеспечивающая системность подходов в проведении реформ, целостность государственной экономической политики.

Само понятие «механизм», происходящее от греческого *mechané* – машина, означает систе-

ма, устройство, определяющее порядок какого-либо вида деятельности. Следовательно, одной из составляющих этой функции в условиях формирования рыночной экономики является обеспечение порядка осуществления деятельности в процессе производства, распределения и перераспределения совокупного общественного и национального дохода. Система организационно-экономических отношений охватывает отношения, складывающиеся в процессе организации интегрированного труда, отношения по обмену деятельностью и отношения управления.

В рыночной экономике роль государства заключается в первую очередь в том, чтобы установить «правила игры», определять стратегические направления развития, поддерживать нормальное функционирование регулирующих механизмов, а не в четкой регламентации деятельности предприятий.

В государственном регулировании рыночной экономики два аспекта представляются наиболее важными. Первым необходимым условием для упорядочивающего воздействия является регламентация, свод правил и ограничений рыночной деятельности. Осуществляется посредством государственного планирования, издания правительством нормативно-правовых актов. Разработка системы правил экономического поведения для всех участников хозяйственного процесса необходима для предоставления ее объектам самостоятельности в предпринимательской деятельности.

Второй аспект – это государственное воздействие на рынок посредством изъятия части прибыли, дохода через систему налогообложения и других платежей в бюджеты. Распределяя средства в интересах общегосударственных нужд, государство осуществляет свою финансовую политику и оказывает влияние на рынок.

Составляющими организационной функции являются также: усиление государственного контроля за деятельностью организаций, особенно обеспечивающих государственный заказ; создание информационного обеспечения и безопасности государственного регулирования.

Организационная функция охватывает обширный комплекс вопросов, связанных с выбором организационных форм функционирования торговых организаций на базе различных форм собственности, схем и структур управления: определение функций, прав, взаимоотношений, ответственности каждого звена регулирования, совершенствование информационной

базы, систему кадрового обеспечения, т. е. систему найма и оплаты труда, подготовки и расстановки кадров.

И последней общей функцией является интеграционная. Новой чертой современных рыночных отношений является переход к интеграции во всех составляющих сферах деятельности предприятий, позволяющей наиболее четко видеть будущее развитие предприятия, комплексно учитывать интересы потребителя и производителя. Именно реализация новых подходов в государственном регулировании торговли наиболее эффективна через механизм взаимовыгодной торгово-экономической, торгово-производственной интеграции.

Цель экономической и организационно-управленческой интеграции регионов состоит в обеспечении стабильности функционирования экономик регионов и экономического роста, безопасности и устойчивости развития торговых организаций, входящих в интегрированный комплекс, за счет совместного использования конкурентных преимуществ регионов и их ресурсного потенциала, включая привлечение средств от хозяйственно-финансовой деятельности субъектов интеграции.

Для эффективной реализации функций торгового менеджмента Бланк И.А. предложено выделить на торговом предприятии в разрезе основных сфер его деятельности организационную, экономическую и финансовую [2, с. 20-22].

Блок методов и средств достижения целей. К числу методов стратегической модернизации торговой сферы относятся организация, планирование, финансирование, ценообразование, лицензирование, квотирование, стандартизация, нормирование, кредитование, инвестирование, налогообложение и др. Системность торговой сферы обуславливает необходимость системного применения этих методов, но в различной мере и в увязке с имеющимися средствами.

Особое место занимает в нем выбор и инжиниринг эффективных инструментов. С их помощью конкретизируется механизм многоканального привлечения средств из различных источников (бюджетов и внебюджетных фондов, частных сбережений, собственных накоплений предприятий и кредитов, благотворительных взносов и др.), предоставляемых в различных формах (регулярных или разовых, постоянных или переменных, возвратных или безвозвратных, циклических или мобилизационных, свободных или обремененных сервитутами и т. д.).

Разработка системы индикаторов макроэкономического механизма реализации стратегии модернизации торговой сферы России представляется чрезвычайно сложной научно-теоретической и практической задачей вследствие ряда причин:

- отсутствия единых теоретических и методологических подходов к решению проблемы;
- отсутствия международной нормативно-правовой базы и международных стандартов определения состава, измерения и сопоставления показателей;
- отсутствия разработанных и реально реализуемых стратегий модернизации торговой сферы;
- большого количества показателей и теоретической необходимости дальнейшего расширения их числа в связи с необходимостью учета особенностей макроэкономического механизма реализации стратегии модернизации торговой сферы России в условиях глобализационных процессов;
- сложности формализации, количественного измерения разрабатываемых качественных индикаторов;
- сложности анализа релевантной информации;
- необходимости ранжирования индикаторов (интегральный, частные, специальные; главный индикатор среди всех групп; приоритетный индикатор в каждой группе) по степени соответствия стратегическим и тактическим целям модернизации в целом и ее отдельных участников;
- отсутствия специальных органов, осуществляющих соответствующий мониторинг, диагностику и коррекцию проводимой стратегии модернизации на национальном уровне.

Вследствие этого расширение системы индикаторов за счет подсистем микро-, мини- и наноиндикаторов, а также мезоиндикаторов третьего и четвертого уровней является достаточно сложной проблемой и требует специального системного теоретического, методологического и математического обоснования. Однако это не означает невозможности развития новых подходов и систем индикаторов на макроэкономическом уровне.

Самостоятельной сложной задачей станет определение пороговых значений индикаторов стратегии модернизации. Само понятие пороговых значений подразумевает выделение верхнего и нижнего предельных значений таких пока-

зателей. Кроме того, в границах этих пределов необходимо выделять промежуточно достигаемые допустимые значения (ориентиры).

Следует отметить, что методика определения пороговых значений тех или иных рассматриваемых индикаторов детерминирована их спецификой, в каждом конкретном случае речь будет идти о соответствующих значениях специфических показателей, характеризующих ту или иную макроэкономическую целевую установку.

Блок контроллинга призван обеспечить мониторинг стратегической модернизации торговой сферы путем непрерывного получения,

использования и хранения релевантной информации о ее состоянии в системе принятых индикаторов и динамике их изменений.

Коррекционный блок. По изменениям индикаторов развития в соответствии с концепцией, программами и планами стратегического развития торговой сферы проводится изменение торговой политики в сторону ликвидации отклонений и слабых мест. В случае необходимости вносятся конструктивные предложения в федеральные, региональные и местные органы законодательной и исполнительной власти по корректировке траектории и формулированию цели.

Список использованной литературы:

1. Аборнева О.И. Современный механизм регулирования экономической деятельности торговли: региональный аспект // Менеджмент в России и за рубежом. – №3. – 2001.
2. Бланк И.А. Управление торговым предприятием. – М.: Ассоциация авторов и издателей ТАНДЕМ. Изд-во ЭКМОС, 1998.
3. Закон «О естественных монополиях» №147-ФЗ от 19 июля 1995 года.
4. Закон «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» №948-1 от 26 марта 1991 года.
5. Закон «О несостоятельности (банкротстве) предприятий» №3929 – 1 от 19 ноября 1992 года и №6-ФЗ 8 января 1998 года.
6. Закон «О приватизации государственных и муниципальных предприятий» №1531-1 от 3 июля 1991 года.
7. Закон «О сертификации продукции и услуг» №5151-1 от 10 июня 1993 года.
8. Закон «О собственности в РСФСР» №443-1 от 24 декабря 1990 года.
9. Леонтьев В. Межотраслевая экономика. – М.: Экономика, 1997.
10. Петров П.В. Экономика товарного обращения. М., 2001.