

## **ЛИБЕРАЛИЗАЦИЯ ЦЕН: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Из экономической теории и практики известно, что рыночный механизм хозяйствования базируется на свободных ценах и является ориентиром для субъектов рыночной экономики. Основой действия законов рынка является свобода экономического поведения субъекта в области ценообразования. Без гибких цен невозможно реализовать рыночный механизм связи спроса и предложения, производства и потребления.

В ходе проведения экономических реформ по переходу к рынку неизбежно встаёт вопрос о реформировании ценообразования. Для реализации данной цели в нашей стране был принят Указ № 72 "О некоторых вопросах регулирования цен (тарифов) в Республике Беларусь" от 25 февраля 2011 года, в соответствии с которым отменено регулирование цен. Под контролем остается лишь ряд цен и тарифов на социально значимые товары и услуги. В списке социально значимых товаров и услуг, цены и тарифы на которые, по-прежнему, будет устанавливать государство — молоко, хлеб, мясо, а также коммунальные, образовательные, медицинские и другие товары и услуги. Такой шаг можно оценить позитивно, так как он ведет к тому, что субъекты предпринимательской деятельности могут формировать цены и тарифы самостоятельно с учетом конъюнктуры рынка. В сложившихся условиях первостепенное значение приобретает оптимизация их размера на конкретные товары, работы и услуги. От этого во многом зависит конкурентоспособность организации, прибыль и финансовое благополучие субъектов хозяйствования.

Несмотря на очевидные позитивные изменения, есть еще определенные сложности в данном вопросе. На наш взгляд, это связано с тем, что в нашей стране еще не созданы условия для реальной конкуренции, соответственно реализация реформы по либерализации ценообразования приведет к инфляционному росту цен. А это недопустимо, так как в основных социально-экономических прогнозах развития страны прогнозируется снижение уровня инфляции.

Таким образом, несмотря на позитивные тенденции свободного ценообразования в нашей стране, еще существует ряд нерешенных проблем, для решения которых, по нашему мнению, необходимо:

- снизить долю государственного сектора в экономике страны путем проведения приватизации государственных предприятий торговли, услуг, промышленности (тех, которые не являются стратегически значимыми для экономики и социальной сферы);
- продолжить работу по улучшению системы государственной поддержки частного бизнеса путем развития и укрепления информационной базы потребительского рынка, создания возможности сертификации и контроля качества товаров и упрощении их процедуры, кардинальному упрощению процедуры налогообложения;
- создание кредитной системы и удешевление кредитных ресурсов для всех субъектов рынка, создание венчурного финансирования и условий притока в страну иностранного капитала и капитала стран участниц Таможенного союза;
- повышение правовой культуры участников рынка (развитие инкубаторов малого предпринимательства).



#### Список использованных источников

1. Директива Президента Республики Беларусь от 31 декабря 2010 г. № 4 «О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь».
2. Указ № 72 "О некоторых вопросах регулирования цен (тарифов) в Республике Беларусь" от 25 февраля 2011 года.

УДК 334.012.6

*ст. преп. Жук М.В.  
УО «ВГТУ»*

### **СУБКОНТРАКТАЦИЯ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ И КРУПНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Эффективное и динамичное развитие рыночных отношений невозможно без предпринимательства, которое может быть государственным и частным. В развитых странах основу эффективной экономики составляют частные малые и средние предприятия, их доля в объеме ВВП не менее 50 %. Особенность экономики Республики Беларусь – преобладание в ее структуре крупных государственных промышленных предприятий – 87,6 % ВВП в 2010 г. Меньшая доля малого бизнеса определяется условиями его становления (отсутствием достаточной суммы накопленных денежных средств у основной части населения), результатами его развития, не позволившими создать активы, соответствующие требованиям инвестиционной деятельности малого предпринимательства.

Субконтрактация – наиболее распространенная в развитых странах форма взаимодействия малых и крупных структур. Она предполагает такую кооперацию, при которой крупное предприятие на основе договора (контракта) размещает заказ, определяет спецификацию изделий, предоставляет сырье или полуфабрикаты для дальнейшей переработки и т. д., а малые предприятия осуществляют частичную или завершающую обработку предоставленного материала. Крупным предприятиям выгодно использовать субконтрактацию, если они решили сосредоточить ресурсы на своих стержневых компетенциях, при необходимости снижения издержек производства. Основная выгода для малого бизнеса – получение заказа. Крупные предприятия вносят элемент стабильности и планомерности в его функционирование, оказывают финансовую, консультационную, др. виды помощи.

В развитых странах государство стимулирует развитие субконтрактации. В США требования к программам развития экономики регионов обязательно включают меры по взаимодействию малых и средних предприятий с крупными как необходимое условие увеличения объемов местного производства и общего числа занятых. Во Франции взаимодействие местных малых и крупных предприятий реализовано через организацию региональных субподрядов, передаче технологий малым и средним фирмам.

В реальном секторе экономики Беларуси не сложились кооперационные отношения между крупными и малыми предприятиями. Их взаимодействие проявляется в конкуренции между собой, что неэффективно. Тормозят развитие сотрудничества формальные и неформальные ограничения для госпредприятий на закупку сырья и комплектующих у малого бизнеса, размещения у них заказов на производство отдельных деталей; инертность руководителей предприятий. В Беларуси целесообразно разработать государственную программу развития субконтрактации для проведения структурной перестройки промышленности и реструктуризации предприятий, что позволит формировать производственные кластеры, ориентированные на выпуск конкурентоспособной продукции, постоянно обновлять экспортный профиль страны.