

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

В статье рассматриваются концептуальные вопросы государственного регулирования потребительского рынка – сущность, основные принципы и методы, объект и субъекты регулирования, его организационные формы. Дается научная классификация потребностей населения в товарах и спроса на них.

Предлагается универсальный метод количественной оценки реального спроса на товары отечественного производства с помощью республиканской сети респондентов (потребительской панели) с последующим составлением балансов спроса и предложения и доведением квот торгующим организациям республики на их поставку.

Для обеспечения условий получения товаров белорусских предприятий предлагаются пути пополнения оборотных средств торгующих организаций.

Рассчитан предполагаемый экономический эффект от перехода к государственному регулированию потребительского рынка в республике Беларусь.

Одним из концептуальных вопросов является определение объекта и субъектов государственного регулирования внутреннего рынка потребительских товаров. Регулируются спрос и предложение товаров, а также отпускные и розничные цены, функции регулирования осуществляют государственные органы управления экономикой страны.

Потребительский рынок как экономическая категория охватывает отношения производства, распределения, обмена и потребления товаров.

Глубоко заблуждаются экономисты, ограничивающие потребительский рынок торговой отраслью. Это – межотраслевая категория. Государственное регулирование потребительского рынка заключается в создании экономических условий для производства товаров в соответствии с платежеспособным спросом населения, его удовлетворения в торговле и потреблении в соответствии с установленными физиологическими и разумными нормами. Имеется в виду создание таких условий функционирования отраслей народного хозяйства, без которых каждая отрасль в отдельности не может выполнить поставленные перед ней задачи. Конечно, отрасль самостоятельно решает целый ряд управленческих задач. Так, в производстве товаров создаются новые или вовлекаются ранее законсервированные производственные мощности, совершенствуются технологические процессы и т.д., в торговле – обеспечивается снабжение торговой сети товарами, совершенствуется торговое обслуживание населения и управленческие процессы труда. Указанные управленческие процессы нельзя относить к методам государственного регулирования потребительского рынка. Напротив, они обеспечиваются такими демократическими методами управления, как хозяйственный (коммерческий) расчет, арендный подряд и т.д.

Итак, государственное регулирование потребительского рынка должны осуществлять межотраслевые органы управления экономикой. Прежде всего, это Совет Министров, министерство экономики, министерство финансов и национальный банк Республики Беларусь.

Государственное регулирование потребительского рынка особенно актуально в условиях перехода от централизованно планируемой экономики к рыночным

отношениям. Рыночный механизм игнорирует возможность экономического роста страны и повышения уровня жизни народа за счет подъема производства отечественных товаров. Кроме того, рынок ориентирован на удовлетворение только платежеспособных потребностей, тогда как интерес потребителей состоит главным образом в удовлетворении действительных общественных потребностей (ДОП), то есть когда розничные цены товаров равны их стоимости.

Наиболее важным в концепции государственного регулирования потребительского рынка является формулирование основных принципов и методов регулирования. Главным принципом регулирования является сбалансированность спроса и предложения как в стоимостном, так и в натурально-вещественной форме. Попытка заменить его принципом оптимизации рынка – выбором и поддержанием наиболее эффективного в данных условиях количественного соотношения спроса и предложения, то есть пропорций между ними в стоимостной форме, игнорируя эту пропорцию в натурально-вещественной форме – потребностей и товарного предложения неприемлема¹. Несостоятельность такой попытки можно доказать следующим историческим фактом. Так, в свое время Ф.А. Крутиков по существу перенес действительность рыночных механизмов в практику управления потребительским рынком в условиях централизованно планируемой экономики СССР². Известно, к чему это привело. При относительно стабильных розничных ценах на рынке постоянно возникали диспропорции между платежеспособным спросом населения и товарным предложением как по объему, так и по конкретным товарам. Одних товаров было недостаточно для удовлетворения спроса, наблюдался устойчивый их дефицит, а других товаров выпускалось в излишнем количестве, их уценивали ежегодно на 2 и более млрд рублей. Возникла естественная необходимость в изучении реального спроса населения. С этой целью, и надо признать весьма своевременно, был учрежден Всесоюзный научно-исследовательский институт по изучению спроса населения на товары народного потребления и конъюнктуры торговли (ВНИИКС). Однако на протяжении 30 лет этот институт так и не внедрил в практику надлежащий метод изучения и количественной оценки реального спроса. И вот почему. Во-первых, рекомендуемая институтом методология изучения спроса изначально была несовершенной, так как учитывала только реализованный спрос или продажу товаров и отложенный неудовлетворенный спрос по ним. Она не предусматривала учет неудовлетворенного спроса, переключающегося на другие товары в связи с отсутствием в продаже нужных товаров или несоответствия их качественных характеристик спросу покупателей. В результате при расчетах спроса на перспективу прогнозные его величины по достаточным товарам завышались, а по дефицитным товарам соответственно занижались на величину переключенного спроса. На практике это приводило к перепроизводству одних товаров, а неудовлетворенный спрос, очереди в магазинах за дефицитными изделиями из года в год удлинялись.

Надо признать, что институт был всего лишь “козлом отпущения”. На самом деле виновными были чиновники всех рангов на всех уровнях, которые всеми силами защищали свои привилегии: ведь сбалансированность внутреннего рынка по всем товарам предусматривала повышение цен, например, на мясные и рыбные деликатесы, на импортную одежду и обувь, тогда как при отсутствии госу-

¹ Государство и экономика: проблемы эффективного функционирования. Тезисы докладов. – Минск, 2000. – С. 23.

² Крутиков, Ф.А. Теоретические основы определения емкости рынка / Ф.А. Крутиков. – М.: Экономика, 1965.

дарственного регулирования внутреннего рынка привилегированные лица покупали эти товары по низким ценам.

Полное подражание рынку в настоящее время ждет та же участь. Что означает отказ от соблюдения баланса между спросом и предложением в натурально-вещественной форме? То, что этот баланс становится случайным и, с точки зрения К. Маркса, равен нулю. Именно одной из функции государства становится превращение этой случайности в закономерность. Решение этой задачи станет поистине прорывом в рыночных отношениях: наша страна не обязана следовать "в хвосте" известных рыночных механизмов, и может предложить собственный путь, приводящий к значительному ускорению развития экономики в социальном направлении. Мы обязаны идти собственным путем, обеспечивая сбалансированность спроса и предложения не только в стоимостной, но и в натурально-вещественной форме путем увеличения производства товаров личного потребления, удовлетворения не только платежеспособных, но и действительных потребностей населения республики в товарах.

В указанном информационном источнике в виде принципа государственного регулирования потребительского рынка выдвигается равноправие партнерства производителей, продавцов и покупателей. Следует иметь в виду, что в условиях централизованно планируемой экономики в самом деле имел место диктат производителей над интересами торговли и покупателем и известна причина этого. Просто промышленные предприятия получали сверху задания и ресурсы по производству товаров народного потребления без учета реального спроса на них населения. В нынешних условиях этот принцип себя изжил. Торговля приобретает и предлагает покупателям товары, в большей мере соответствующие направлениям моды и высокого качества, преимущественно импортные, но по ценам в 2 и более раза высоким по сравнению с аналогичными товарами отечественного производства. Торговля руководствуется при этом принципом «наименьшего сопротивления». Ведь кропотливая и повседневная работа с поставщиками отечественных товаров в направлении повышения их качества и соответствия современным направлениям моды значительно сложнее, чем замена их импортными товарами. Хотя и здесь имеется повод для вмешательства государства с целью увеличения собственных оборотных средств торгующих организаций и предприятий.

Выдвинутый в упомянутой работе принцип научности, конечно, неоспорим. Именно из этого принципа вытекает следующий из предложенных автором опубликованных тезисов – принцип приоритетности целей в управлении рынком. Если выдвигаемые перед государственным регулированием потребительского рынка приоритетные задачи научно обоснованы, то указанный принцип будет соблюдаться.

Провозглашенный в указанной работе принцип преемственности несостоятелен по причине того, что зарубежного опыта, который можно было бы позаимствовать, практически нет. Невозможно его обнаружить и в нашей истории. Речь может идти только об исторических ошибках и опираться можно только на собственные силы.

Таким образом, принципами государственного регулирования потребительского рынка являются его сбалансированность, приведение в единство интересов товаропроизводителей, продавцов и покупателей, а также научность. Несомненное значение должна иметь эффективность, которую периодически после перехода к государственному регулированию потребительского рынка придется выявлять. Как и в управлении в целом, в государственном регулировании потребительского рынка необходимо также соблюдать принципы единства

экономики и политики, единства централизма и самостоятельности, соблюдения общих и локальных интересов.

Итак, целью государственного регулирования потребительского рынка является достижение сбалансированности спроса и предложения товаров в натурально-вещественной форме. Это означает решение задачи удовлетворения платежеспособных и действительных потребностей населения в товарах. Известно, что научная классификация потребностей в товарах выделяет еще абсолютные потребности, то есть желание приобрести товары без наличия денежного эквивалента для их покупки и без учета того, представлены ли эти товары на рынке. Поскольку для удовлетворения абсолютных потребностей, как правило, отсутствует платежеспособный спрос и товарное предложение, то абсолютные потребности существуют как бы вне рынка. Они входят в рынок путем преобразования вначале в платежеспособные, а затем в действительные потребности.

Таким образом, государством должно регулироваться удовлетворение платежеспособных и действительных потребностей в товарах. Для удовлетворения каждой из этих потребностей должны быть разработаны конкретные регуляторы или критерии (показатели) и определены параметры, то есть дана их количественная оценка и, наконец, определены организационные формы и разработаны конкретные механизмы регулирования.

Проблему эту нельзя назвать новой. Попытки ее решения известны еще применительно к управлению так называемым социалистическим рынком, но в силу неразработанности теоретических вопросов оказались неудачными, несмотря на присущую этому рынку многократно большую по сравнению с современным рынком разбалансированность спроса населения и товарного предложения. Ассортиментная несбалансированность спроса и предложения товаров являлась следствием установления фиксированных в прейскурантах оптовых и розничных цен. Поскольку в нашей стране пока объективно сохраняются по отдельным товарам фиксированные, декларированные и другие виды регулируемых государством цен, то спрос населения на товары не всегда совпадает с их продажей. Отсюда вытекает объективная необходимость в изучении реального платежеспособного спроса.

Оценка реального спроса требует применения такого метода, который бы позволял учитывать одновременно реализованный, отложенный и переключенный спрос по всем товарам, представленным на рынке. Такой метод оценки реального спроса был разработан, экспериментально апробирован в республике еще в 1986 году, но пока не получил практического применения. Раньше этому мешала система распределения товарных ресурсов. Получив контрольное задание, ограничивающее объем заявки на потребность, торговля не могла заявлять больше дефицитных и, соответственно, меньше достаточных товаров, т.к., сократив заявку на реально возможные к получению товары, не была уверена в увеличении производства и поставки дефицитных товаров, что грозило невыполнением плана товарооборота, кассового, кредитного и финансового плана государства. В нынешних условиях торговля также не заинтересована в оценке реального спроса, так как доведенные ей квоты на закупку отечественных товаров окажутся невыполненными в связи с недостатком оборотных средств. Промышленность же всегда была заинтересована в оценке реального спроса, но работала «под диктовку» торговли, так как последняя отвечала за состояние внутреннего потребительского рынка.

Исследование реального спроса целесообразно проводить с помощью республиканской потребительской панели, которая, кстати, успешно функционирует

вала в Белорусском филиале ВНИИКСа в дореформенный период. Панель представляла собой микромодель населения страны. Она отражала соотношение городского и сельского населения, существующие в республике соотношения численности мужчин и женщин и т.д. Использовалась почтовая, универсальная, семейная панель. При коэффициенте доверия 5,5 представительность данных обеспечивалась при участии в исследовании не менее 500 семей. Эту панель необходимо реанимировать, а респондентов тщательно проинструктировать в отношении правильности учета покупок и материально заинтересовать в позитивных результатах работы. Учет реального спроса следует вести в семьях панелистов ежедневно в течение месяца по следующей форме.

Наименование товаров	Источник поставки товара в магазин, ларек и т.п.	Что Вы хотите купить сегодня (желаемые покупки)		Фактически купили	
		Кол-во	Цена	Кол-во	Цена
Дата					
1. Туфли мужские	отечественного пр-ва	1 пара	25 тыс.руб.	-	-
	импортные	-	-	1 пара	50 тыс.руб.
и т.д.					

Возникает вопрос: действительно ли важно в наше время учитывать все нюансы в удовлетворении платежеспособных потребностей населения. Тем более что в России, например, отождествляют фактическую продажу товара со спросом на него населения. Об этом свидетельствует предложенная российской стороной в конце 90-х годов прошлого столетия методика составления совместных с Беларусью балансов спроса и предложения. В ней рекомендуется определять спрос главным образом на основе статистической отчетности по форме 3-торг, в которой, как известно, отражается продажа товаров в групповом ассортименте. Привлечение других источников информации таких, как отчет промышленных предприятий о сбыте продукции тоже не решает проблемы: отсутствуют данные об импорте товаров личного потребления, их запасах и т.д. Короче говоря, нет альтернативы изучению реального спроса населения на товары. Любые попытки поиска других путей оценки спроса нереальны и ошибочны.

Логика рассуждений российских экономистов понятна: то количество товара, которое реализуется на внутреннем рынке республики мы вам оставляем, а оставшаяся часть выпускаемых изделий, конечно, за исключением внешнеторговых обязательств с другими странами, должна быть поставлена на рынок России. Идея разработки совместных балансов спроса и предложения товаров, несомненно, прогрессивна, но сомнительна в части их реальности и практического воплощения в жизнь.

Во-первых, эти балансы по существу замораживают процессы развития производства товаров народного потребления в республике. Ведь в них отражается производство товаров на достигнутом уровне, который явно не удовлетворителен. В 2003 г. к уровню 1990 г. производство тканей составило лишь 29,8%, трикотажных изделий – 24,3, кожаной обуви – 23,2, телевизоров – 53, велосипедов и мотоциклов – соответственно 91,4 и 14,7, консервов – 53,4% и т.д. Производственные мощности по выпуску всех товаров народного потребления в настоящее время используются примерно лишь наполовину.

Во-вторых, весьма сомнительными представляются возможности России принять весь объем отчуждаемых с внутреннего рынка Беларуси товаров, обеспечив своевременные расчеты с поставщиками. Например, в 1999 г. Россия импортировала из Беларуси 4 млн пар обуви, в 2000 г. ожидалось только 3 млн пар. Снижа-

ются объемы торговли мебелью и другими товарами. Россия развивает производство товаров на своих предприятиях, добиваясь существенного повышения качества изделий, делая белорусские товары неконкурентоспособными на их рынке.

Возможности сбыта продукции белорусских предприятий легкой и местной промышленности в другие страны еще в большей мере ограничены. Поэтому резервы увеличения производства необходимо находить главным образом на внутреннем рынке. То, что реальный спрос на товары отечественного производства превышает их предложение не вызывает сомнений. Еще в 1986 г. это подтвердилось данными учета реального спроса, проведенного нами по собственной инициативе. Тогда спрос на кожаную обувь, например, превышал предложение на 34%, на одежду и белье – 5% и т.д. Сейчас на фоне дорогостоящих импортных товаров эти данные будут еще более значительными.

Таким образом, получаем данные учета реального спроса на товары отечественного производства. Далее составляются балансы спроса и предложения товаров, где определяется объем их поставки на внутренний рынок, то есть квота, которая доводится Министерству торговли республики и другим торговым системам. Появится возможность перейти на квотирование поставки товаров отечественного производства по всем группам товаров. Квотирование – основной критерий государственного регулирования удовлетворения платежеспособных потребностей населения в товарах.

Государственное регулирование внутреннего потребительского рынка в республике даст значительный экономический и социальный эффект. Размер экономического эффекта будет зависеть от динамики роста производства ТНП и прежде всего от того, как быстро удастся восстановить объемы их производства в 1990 г., то есть в дореформенный период. Речь идет о реальных возможностях этого. По таким товарам, как ткани всех видов, трикотаж, чулки-носки, обувь, ковры можно повысить степень использования производственных мощностей за счет расширения внутреннего потребительского рынка. Для того чтобы довести производство указанных товаров до уровня 1990 г., необходимо было увеличить их выпуск в 2003 г. в 2,8 раза. В целом по всем товарам легкой промышленности вполне реальным представляется обеспечение роста их производства в течение года в 2,8 раза. Производство товаров легкой промышленности в 2003 году составило 1628 млрд рублей. Следовательно, возможен его рост до 4558,4 млрд рублей. Доля добавленной стоимости в валовом выпуске этих товаров составляет примерно 25% или 1139 млрд рублей (4558,4х25:100). По отношению к ВВП за 2003 год – 35930 млрд руб. – прирост составит 3,2% (1139,6:35930х100). Таким образом, государственное регулирование потребительского рынка приведет к дополнительному росту годового валового внутреннего продукта примерно на 3,2 процентных пункта. В действительности же рост ВВП будет более значительным, так как определенные возможности роста производства имеются также по товарам длительного пользования. Увеличатся доходы населения, снизится безработица. Своевременное удовлетворение платежеспособных потребностей населения в товарах личного потребления, развитие потребностей приведет к росту производительности общественного труда, явится одним из важнейших интенсивных факторов экономического роста страны.

Теперь о механизмах регулирования. Серьезной помехой успешному продвижению на внутренний рынок товаров отечественного производства является недостаточность оборотных средств у торгующих предприятий. Они не могут закупать у предприятий легкой промышленности, например, кожаную обувь, ткани, готовую одежду в количествах, достаточных для создания необходимых запасов, позволяющих представлять в продаже весь ассортимент товаров, вы-

пускаемых промышленностью. Предприятия промышленности в условиях трудностей сбыта сдерживают производство, а торговле, как правило, с большим трудом и не всегда удается соблюдать доведенные до нее квоты закупки товаров белорусских предприятий. В результате в проигрыше остаются все. Сдерживается экономический рост страны. Замороженной на неопределенный срок остается значительная доля производственных мощностей промышленных предприятий. Снижается жизненный уровень населения и не только по причине сдерживания роста ВВП, но и в результате удовлетворения им платежеспособных потребностей по более высоким ценам на импортные товары, качество которых может несколько и выше отечественных, но далеко не всегда соответствует условиям эксплуатации: например, супермодельная зарубежная обувь в условиях бездорожья и т.п.

Проблема должна решаться путем создания условий для существенного пополнения оборотных средств в государственной и кооперативной торговле республики.

Вся послереформенная практика показывает, что административное ограничение размера торговых надбавок 30% от отпускной цены, из которых более 10% попадает в распоряжение оптовых баз, как правило, не обеспечивает самофинансирование розничных торговых предприятий. Торговые надбавки в странах с развитыми рыночными отношениями выше, чем в Беларуси в три и более раз. Причем, торговые надбавки свободно дифференцируются по товарам. По изделиям повышенного спроса они составляют 100 и более процентов, а по другим – минимальны или вовсе отсутствуют. Если же товар не реализуется, то его уценивают и продают по ценам ниже закупочных.

Высокие процентные ставки кредитных учреждений не позволяют пользоваться ссудами для закупки товаров, обеспечивая их своевременный возврат. Выход из положения известен: сделать торговые надбавки свободными. В самом деле, разве могут быть цены свободными без освобождения всех составляющих элементов, включая и торговые надбавки? Если по отдельным товарам цены регулируются, то по ним должны регулироваться и торговые надбавки. Мясо, молоко, мука и изделия из них должны иметь предельные торговые надбавки. В целом же по всем товарам ограничение торговых надбавок должно осуществляться через налоговую систему. Бюджетно-налоговая политика – стержневая форма государственного регулирования потребительского рынка.

Должна быть введена прогрессивная шкала налогообложения прибыли торговых организаций и предприятий. Например, при уровне рентабельности в 2,5% к товарообороту установить ставку налога на прибыль в 15%, а при повышении на каждые 0,5% увеличивать ее на 5 пунктов. Тогда, при уровне рентабельности в 2,5% и розничном товарообороте 200 млн руб. в распоряжении торговли останется 2,4 млн руб., при рентабельности 4,5% – 5,8, при рентабельности 5% – 6 млн руб. Дальнейший рост рентабельности приведет к снижению прибыли, остающейся в распоряжении торговли. Так, при рентабельности в 7% торговля будет располагать уже 5,6 млн руб. прибыли, т.е. такой же прибыли, что и при рентабельности 4%. Дальнейшее повышение рентабельности за счет увеличения торговых надбавок теряет смысл.

Не следует опасаться различия в розничных ценах на один и тот же товар в разных магазинах. Прежде, чем купить вещь, покупатель познакомится с ценами на нее в различных магазинах и сможет приобрести ее дешевле. Напомним, что речь идет о товарах не первой необходимости и не о социально значимых товарах, цены на которые должны по-прежнему регулироваться и не превышать предельные величины.

Для приведения в действие указанных механизмов необходимо в первую очередь определить, на какие органы целесообразно возложить эти функции, то есть совершенствовать организационные формы государственного регулирования. Во времена Госплана и теперь функции регулирования внутреннего потребительского рынка возложены на Минторг республики. И это ошибочно по существу. Внутренний рынок потребительских товаров – межотраслевая народнохозяйственная экономическая категория, охватывающая отношения не только обмена, но в еще большей мере отношения производства, распределения и потребления. Поэтому регулировать его должен межотраслевой орган. Раньше это должен был делать Госплан, а сейчас – Министерство экономики республики.

Обращает на себя внимание явное противоречие в вертикали управления государственной торговлей. В областях и г. Минске – главные управления потребительского рынка и услуг областных (городского) исполкомов, а в республике – Министерство торговли. Конечно, это произошло потому, что Минэкономики не может передать Минторгу межотраслевой статус, а если бы и передало бы, то последний не справился бы с ним. Что же получается? Кому поручено изучение спроса населения, не могут его осуществить из-за ведомственных интересов, а кто может проводить эту работу, отказывается ее выполнять. Такое положение вещей напоминает ситуацию «собаки на сене». Может быть, изучив опыт России, создавшей вместо Минэкономики и Минторга Министерство экономического развития и торговли, нечто подобное сделать и у нас в республике? Вполне возможно. Тем более что мы находимся впереди в методологическом обеспечении регулирования потребительского рынка. Итак, прерогативой Минэкономики Республики Беларусь должна стать разработка и приведение в действие механизма удовлетворения платежеспособных потребностей населения в товарах. Работу эту следовало бы провести в такой последовательности.

Прежде всего, целесообразно восстановить путем «ремонта» ранее действовавшую в Белорусском филиале ВНИИКСа республиканскую потребительскую панель. Скорее всего, придется ее заново создавать, т.к. за прошедшие 15 лет демографическая ситуация настолько изменилась, что по старым адресам респондентов можно уже не найти.

Изучение реального спроса следовало бы поручить одному из научно-исследовательских подразделений НИЭИ Минэкономики.

Как межведомственный орган Минэкономики республики должен разрабатывать конкретные целевые адресные мероприятия по нормализации потребительского рынка. Например, если окажется, что по какой-то группе товаров спрос населения превышает предложение и дефицит не может быть устранен с помощью их завоза из-за рубежа, предусмотреть выдачу Минфином республики субсидий, предоставление Национальным банком целевых и льготных кредитов на строительство новых или реконструкцию действующих промышленных предприятий.

Опять-таки с помощью научного учреждения Минэкономики следовало бы разрабатывать и утверждать балансы спроса и предложения, в которых определяется потребность внутреннего рынка в товарах отечественного производства и квоты их поставки торговым системам страны. В этой связи одним из важнейших конкретных, адресных мероприятий, разрабатываемых Минэкономики и доводимых до исполнителей, должно стать существенное пополнение оборотными средствами торгующих организаций и предприятий на основе либерализации торговых надбавок, предоставления субсидий и целевых льготных кредитов.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Абалкин, Л.И.* Диалектика социалистической экономики / Л.И. Абалкин. – М.: Мысль, 1981. – С. 187.
2. *Аганбегян, А.Г.* Программа коренной перестройки / А.Г. Аганбегян // ЭКО. – 1987. – № 11.
3. Государство и экономика: проблемы эффективного функционирования. Тезисы докладов. – Минск, 2000. – С. 23.
4. *Коголев, И.А.* Показатель, ориентирующий предприятия на снижение цен / И.А. Коголев // Экономист. – М., 1993. – № 5.
5. *Коголев, И.А.* Государственное регулирование внутреннего рынка потребительских товаров / И.А. Коголев. – Минск: Белорусское издательское товарищество "Хата", 1999.
6. *Коголев, И.А.* Социологические исследования переключенного спроса / И.А. Коголев // Советская торговля. – М., 1982. – № 11.
7. *Коголев, И.А.* Государственное регулирование внутреннего рынка потребительских товаров / И.А. Коголев // Финансы, учет, аудит. – Минск, 2001. – № 5.
8. *Коголев, И.А.* Потребительский рынок: спрос и регулирование / И.А. Коголев // Национальная экономическая газета. – 2001. – 14 сентября.
9. *Крутиков, Ф.А.* Теоретические основы определения емкости рынка / Ф.А. Крутиков. – М.: Экономика, 1965. – С. 18.
10. *Маркс, К.* Капитал / К. Маркс / Критика политической экономии. – М.: Политиздат, 1975. – Т. 3. Ч. 1. – С. 207.
11. *Румянцев, А.М.* Главная цель социалистического хозяйствования / А.М. Румянцев. – М.: Экономика, 1986. – С. 59.
12. *Шелег, Н.С.* Государственное регулирование потребительского рынка в условиях нормирования Союзного государства: проблемы и перспективы / Н.С. Шелег. – М., 2003.