

KAUBANDUSTEgevuse REGULEERIMISEST ÜLEMINEKUL TURUMAJANDUSELE

Aino Siimon

Kaubandustegevuse reguleerimine on tihedalt seotud kaubanduspoliitikaga. Laiemas mõttes, s.t. mõjutamisega samastades, võib kaubandustegevuse reguleerimist ja kaubanduspoliitikat isegi samastada. Kitsamas mõttes reguleerimist saab kõige otsesemalt siduda siiski kaubanduspoliitika neljanda põhielemendiga, s.o. mõjustamismehhanismiga. Samas peame rõhutama viimase olulist seost kõigi kolme ülejäänud elemendiga, s.t. eesmärkide, subjektide ja objektidega.

Mõjustamismehhanismi saab iseloomustada mitmesuguste **tegevuste, instrumentide, meetodite** kaudu, mille vahel valitsevad küllaltki selgepiirilised seosed. Olulisemateks mõjustamistegevusteks on käsundamine, korralduste andmine, organiseerimine, korraldamine, juhtimine, kavandamine, planeerimine, kontrollimine, registreerimine, sanktsioneerimine, reguleerimine, koordineerimine, sunnamine, subsideerimine jne. Igal neist on oma mõjustamise **instrumentaarium**. Näiteks käskkirjad, korraldused, plaanid, riiklikud tellimused, otsused, määrused, kohustused, juhendid käsundamise puhul; tegevusload, litsentsid registreerimise puhul; keelud, trahvid, eeskirjad sanktsioneerimise puhul; maksud, kvoodid, piirhinnad, -rentaablused, limiidid, soovitusel, normatiivid reguleerimise puhul; toetusel, fondid, eraldised, maksusoodustused subsideerimise puhul. Turumajandusele ülemineku perioodil teebki olukorra keeruliseks see, et neid kõiki on vaja ühel või teisel juhul suuremal või vähemal määral kasutada.

Instrumentide ja meetmete rakendamine toimub täidesaatva tegevuse (organisatsiooni) kaudu kas administratiivsete, õiguslike ja majanduslike **meetoditega** või nende integreeritud variantidega (administratiiv-õiguslike, administratiiv-majanduslike, õiguslik-majanduslike meetoditega).

Konkreetne kaubanduspoliitika regulatsioonimehhanism erineb ajas ja ruumis, sõltudes sellest, missugune majandus toimib (kas käsu-, turu- või üleminekuperioodi majandus), missugust eesmärki taotletakse, kes reguleerib, millist kaubanduspoliitika valdkonda, objekte, tasandit reguleerida tahetakse.

Kaubanduspoliitikat on (analoogselt majanduspoliitikaga) liigitatud väga mitmeti (vt. tabel 1).

Otsese kaubanduspoliitika eesmärgiks on kaubandusprotsessi sisekaubanduses vahetult kujundada, otseselt mõjustada. Toimu-

Kaubanduspoliitika liigid
[1, lk. 6; 2, lk. 6]

Lügitamise tunnus	Liigid
Eesmärgi püstitus	Otsene, kaudne kaubanduspoliitika
Subjekt (kaudja)	Riiklik, mitteriiklik kaubanduspoliitika
Objekt	- Makro-, mikro-, mesopoliitika - Kaubandusteenuste turu, seosturgude poliitika - Kaubandusväline, kaubandussisene poliitika
Otsustustasand	Eesmärgi-, olukorra-, vahendi- ja kontrollipoliitika
Tegutsemisraam, -ulatus	Korra-, struktuuri- ja protsessipoliitika
Rakenduspunkt	Üldine, regionaalne, sektoriline kaubanduspoliitika
Perioodi pikkus	Kaug-, lähiperioodi kaubanduspoliitika
Sisu, olemus	- Arengu-, struktuuri- ja konjunktuuripoliitika [3, lk. 98] - Konkurentsi-, stabiliseerimis-, kasvu-, struktuuri-, jaotuspoliitika [4, lk. 28 jt.] - Ettevõtlus-, maksu-, krediidi-, kaubaressursi-, hinna-, palgapoliitika
Läheneemisviis	Vajadustest (eesmärgist), võimalustest (vahenditest) lähtuv kaubanduspoliitika

da saab see esmajoones käsundamise, korraldamise, registreerimise, sanktsioneerimise jm. taolise tegevuse kaudu, mis on täies ulatuses iseloomulikud käsumajandusele ja millel on minimaalne roll turumajanduses, kuid milleta ei või ega saa toime tulla turumajandusele ülemineku perioodil. Kaudse kaubanduspoliitika eesmärgiks on vaid kaudselt (kaudsemalt) korrastada, mõjustada. Kaudne mõjustamine toimub majanduslikel huvidel ja vastutusel põhineva koordineerimise, subsideerimise kaudu ja domineerib turumajanduses. Kaudse regulatsioonimehhanismi kujundamine ja järkjärguline käivitamine on üleminekuperioodil kõige olulisemaks probleemiks.

Riiklikku kaubanduspoliitikat kavandavad, suunavad ja viivad ellu (vaba)riiklikud või omavalitsuslikud võimu- ja haldusorganid (parlament, valitsus, ministeeriumid, ametid jt. haldusasutused). Samas ei ole kaubanduspoliitiliste otsuste tegemine piiratud ainult riiklike institutsioonidega. Mitteriiklikeks organisatsioonideks, kes ka saavad kaubanduspoliitikas osaleda, on mitmesugused ühitud, liidud, assotsiatsioonid jt. Siinkohal on oluline rõhutada, et kaubanduspoliitika subjekt (kandjal) peab olema kaks tunnust [4, lk. 2-6]: 1) jõud, võim; 2) legitimatsioon (seaduslikuks tunnistamine, tõendus). Viimane on määratud kas konstitutsiooniga, üksikseadustega

või reguleeritud lepingutega, põhimäärustega. Milliseid regulatsioone mehhanism kasutatakse riiklikus või mitteriiklikus kaubanduspoliitikas, oleneb suuresti riigist, selle majandusest (ja kaubandusest). Mida arenenum ja demokraatlikum riik, seda vähem vajadust on tal vahetult sisekaubandusprotsesse kujundada. Püüab kaubandustegevuse kaudset reguleerimisest selliste majanduspoliitika valdkondade kaudu, nagu konkurentsi-, ettevõtluse-, maksu-, eelarve-, krediidi-, tolli-, kapitali-, jaotus-, tarbijakaitse- jne. poliitika.

Makropoliitika on suunatud kaubandusharu, **mikropoliitika** kaubandusettevõtte tasandile, **mesopoliitika** kaubandusettevõtete grupile. **Makropoliitika** on lähemalt seotud riikliku kaubanduspoliitikaga. Käsitledes objektina turgu, hõlmab makropoliitika eelkõige **kaubateenuste**, mikropoliitika selle alaliikide, üksikute **seosturgude** poliitikat. Võttes kaubanduspoliitika objektiks kaubandustegevuse valdkonnad, kuulub makropoliitika alla valdavalt **kaubandusväline**, mikro- ja mesopoliitika alla aga kaubandussisene kaubanduspoliitika. Kõigi nende objektide mõjustamiseks võib kasutada põhimõtetelisel nii otseselt kui kaudset reguleerimist, nii administratiivseid, õiguslikke kui majanduslikke reguleerimismeetodeid, integreerides neid eesmärkidest ja subjektidest lähtudes.

Otsustamistasandi järgi tugineb liigitus otsustamisprotsessi põhi-elementidele, fikseerib konkreetselt ja selgelt vahendite-instrumentide rolli, koha, seose. **Olukorra** uurimine, arengu eelhindamine, võimalikult konkreetselt ja ajaliselt täpselt määratud **eesmärkidest** kõrvalekaldumise diagnoosimine ja prognoosimine moodustavad iga otsustamisele orienteeritud kaubanduspoliitika olulise osa. Diagnoosist ja prognoosist sõltuvad oluliselt vahendite, instrumentide vajalikkus, ajaline täideviimine kui ka doseerimine. **Kontrollitasand** ei seisne ainult kaubanduspoliitiliste meetmete täideviimise jälgimises, vaid eesmärkide adekvaatsuse hindamises, kasutatud vahendite teraapia mõju, toime kontrollis.

Korrapoliitikat realiseerides paneb riik (tema võimu- ja haldusorganid) paika vaid üksikud raamid, seadused. Järelikult toimub sel juhul kaudne riiklik mõjustamine makropoliitika raames, kusjuures otsustav tähendus on õiguslikel alustel (näiteks kaubanduseadus, ettevõtlus-, finants-, krediidi-, pangandusseadused, samuti tarbijakaitse, monopolidevastane seadus, mitmesugused erinõuded ja -tingimused jt.). **Struktuuripoliitika** kaudu püüab riik õiguslik-majanduslike meetoditega mõjustada näiteks kaubandusettevõtete suurust (ettevõtete kontsentratsiooni), kulusid jt. **Protsessipoliitika** saame rääkida sel juhul, kui riik püüab mõjustada ka kaubandusettevõtete jooksvat tegevust. Viimasel on juba piisavalt sarnaseid tunnusjooni otsese mikropoliitikaga, sekkudes põhjendamatult kaubandussisisesse kaubanduspoliitikasse.

Üldine kaubanduspoliitika hõlmab kogu riigi, **regionaalne** ai-

mult vastava regiooni (eelkõige linna, maakonna) kaubandustegevuse mõjutamist. Seega on üldisel kaubanduspoliitikal oluline analoogia, seos ühelt poolt riikliku makropoliitikaga, teiselt poolt korrapolitiikaga. Sektorilisest kaubanduspoliitikast võib rääkida mitmes mõttes olenevalt sellest, millisest kaubandusharu struktuurisest liigendusest lähtume, kas kaubandus-tehnoloogilisest (tootlustus, jaekaubandus, hulgikaubandus), institutsioonilisest (süsteemid, ametkonnad) või omandivormilisest (era-, ühis-, riigikaubandus).

Kaug- ja lähiperioodi kaubanduspoliitika on lahutamatu seotud arengu-, struktuuri- ja konjunktuuripoliitikaga. Arengu- ja struktuuripoliitika on seotud kaubanduse (haru, ettevõtte) strateegiaga, konjunktuuripoliitika rohkem taktikaga.

Turumajandusele ülemineku perioodil võiks kaubandusharu arengupoliitika (kaugpoliitika) haarata järgmisi valdkondi:

1) kaubanduse arengu prognoosimine, arengustsenaariumide väljatöötamine:

- infosüsteemi kujundamine,
- oluliste tulemus-, ressursi- ja kulutuste näitajate süsteemi koostamine,
- nende näitajate sidusanalüüs ja prognoos,
- prognoosi alternatiivvariantide väljatöötamine;

2) kaubanduspotsiaali kujundamise strateegia väljatöötamine:

- kauba-, tööjõuresursside, materiaalse baasi arengu strateegia,
- kaadri ettevalmistamise, ümber-, täiend-, pidevõppesüsteemi kujundamine,
- riiklike investeeringute taotlemine ja kasutamine, seega töö ja kapitali kujundamise strateegia eri variantide väljatöötamine;

3) kaubandusteaduslike uurimuste korraldamine:

- teaduslik-tehniliste uuenduste vallas,
- paljusid kaubandusüksusi puudutavate metodoloogiliste uurimuste vallas;

4) majandamismehhanismi kujundamine eespool loetletud valdkondade realiseerimiseks:

- kaubandusharu arengut soodustava stimuleerimis-,
- reguleerimis-,
- isemajandamismehhanismi kujundamine.

Struktuuripoliitika (kaugpoliitika) põhilised valdkonnad kaubandusharus:

1) struktuurinihete (kvalitatiivsete struktuurimuutuste) kavandamine:

kaubakäibe, kaubaressursside, tööjõuressursside, materiaalse baasi ja finantsressursside arengus, seega töötulemuste, töö, kapitali, vara arengus;

2) tingimuste loomine nende struktuurimuutuste realiseerimiseks:

eespool loetletud valdkondades kvalitatiivsete struktuurimuutuste tagamiseks, uute iseseisvate kaubandusüksuste loomiseks, ettevõtluse arenguks, konkurentsi soodustamiseks, suurettevõtete mõju piiramiseks, üksikute ettevõtete monopolisimipüüdluste tõkestamiseks.

Kaubandusharu arengu- ja struktuuripoliitikat on otstarbekas kavandada ja ellu viia ühest keskusest (kaubandusministeeriumist või kaubanduse arenduskeskusest), kaasates sellesse tegevusse ka ülejäänud subjektid eranditult kõigi ettevõtlusvormide suhtes. Seejuures tuleb aktiivselt osaleda raamseaduste väljatöötamisel, kuivõrd viimased määravad ära harusisese tegutsemise võimalused. Seadusandlikult konkurentsi-, stabiliseerimis-, kasvu-, struktuuri- ja jaotuspoliitika instrumentidega reguleeritud raamides on aga võimalik välja töötada strateegia alternatiivvariante, lähtudes kas vajadustest, võimalustest või nende proportsiooni eri variantidest.

Vastavalt sellele, kuidas kujunevad turusituatsiooni normaliseerimiseks vajalikud eeldused ja tingimused, väheneb kaubandusharu üksikasjaliku arengupoliitika kavandamise ja läbiviimise vajadus. Haru strateegia asemel muutub esmajärguliseks, nihkub esiplaanile iga kaubandusettevõtte strateegia.

Mis puutub konjunktuuripoliitikasse (seega lähiperioodi kaubanduskorraldusse), siis hõlmab see abinõusid ja instrumente nii traditsiooniliste kui uute alles tekkivate kaubandusprobleemide lahendamiseks harus ja ettevõttes. Nn. traditsioonilise tegevuse täiustamine, parandamine kõrval tuleb hoopis olulisemaks pidada aluse rajamist radikaalsetele pikemaajalistele strateegilistele ümberkorraldustele. Kõige paremini ja tulemuslikumalt saavad lähitaktikat kujundada ja realiseerida kaubandusettevõtted, rakendades oma olemise, püsimise ja arengu nimel kõiki nende käsutuses olevaid lubatud vahendeid ja instrumente.

KIRJANDUS

1. Schenk H.-O. Wettbewerbs- und Binnenhandelspolitik in der Bundesrepublik Deutschland. Duisburg, 1990. (Käsikiri TÜ kaubanduse kateedris)
2. Siimon A. Kaubanduspoliitika sõlmprobleemid üleminekul turumajandusele // Isemajandamise arenguprobleeme: Ettekannete teesid. Tartu, 1990. Lk. 5-6.

3. Mereste U. Majandusteaduse ABC. Tallinn, 1985.
4. Ahrus H.-J. Wirtschaftspolitik: problemorientierte Einführung. 5. Auflage. München, Wien, Oldenbourg, 1987.

REGULIERUNG DER HANDELSTÄTIGKEIT IM ÜBERGANG ZUR MARKTWIRTSCHAFT

Aino Siimon

Zusammenfassung

Der Begriff "Regulierung der Handelstätigkeit" wird unterschiedlich definiert. Im engeren Sinne umfaßt sie nur den Regulierungsmechanismus. Der letzte ist eng mit der Handelspolitik verbunden und ist von den Ansatzstellen der Handelspolitik abhängig. Theoretisch lassen sich folgende Ansatzstellen der Handelspolitik (analogisch der Wirtschaftspolitik) unterscheiden: nach der Zielrichtung, dem Träger, dem Objektbereich, der Entscheidungsebene, dem Aktionsrahmen und dem Gegenstandsbereich usw.

О РЕГУЛИРОВАНИИ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРИ ПЕРЕХОДЕ К РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Айно Сиймон

Резюме

В создании необходимых условий и предпосылок нормализации рыночной ситуации важное место занимает регулирование торговой деятельности. Механизм воздействия охватывает как прямое, так и косвенное воздействие. Прямое воздействие осуществляется через приказания, распоряжения, регистрации, санкционирование и т.д., косвенное – через регулирование и субсидирование. Каждое из них имеет свой инструментарий. Выбор конкретных инструментов зависит от вида, объекта, субъектов, периода проведения торговой политики.