

УДК 332.1

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМ РЫНКОМ В ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ СИСТЕМЕ РФ

*Н.П. Пасешник, к.э.н., преподаватель кафедры «Управление и бизнес»
ЧОУ ВПО «Южно-Уральский институт управления и экономики»
E-mail: paseshnic@mail.ru*

Аннотация

В статье рассмотрены концептуальные подходы к управлению территориальными потребительскими рынками. Представлены рекомендации по регулированию потребительских рынков «проблемных» муниципальных образований Челябинской области на основе проблемно-ориентированного подхода, цели и мероприятия которого специфицированы в зависимости от диспропорций экономики конкретного муниципалитета.

Ключевые слова: *территориальный потребительский рынок, проблемно-ориентированный подход.*

В практике федеративных отношений система управления выстраивается «снизу», что означает приоритет прав более мелких самоуправляющихся территориальных субъектов по сравнению с территориальными общностями более высокого уровня¹.

Эффективное государственное управление территориальными потребительскими рынками в условиях федеративной системы государственного управления предполагает реализацию следующих принципов:

а) децентрализации, при которой центр тяжести в принятии определенных решений перемещается с федерального на региональный и муниципальный уровни;

б) самоуправления, при котором субсидиарные потребности реализуются непосредственно территориальными образованиями, приближенными к населению, самостоятельно определяющими направление и механизм достижения цели².

Недостаточная эффективность механизмов саморегуляции применительно к потребительским рынкам объясняется его спецификой и, прежде всего, зависимостью от природно-климатических условий, обеспечения объемов и ассортимента товарной продукции, диспаритета цен.

Концептуально возможны два метода государственного управления территориальными потребительскими рынками:

- проблемно-ориентированный подход;
- проблемно-целевой подход (табл. 1).

Таблица 1 – Особенности методов управления территориальными потребительскими рынками

| Компоненты управления | Методы управления территориальными потребительскими рынками | |
|---|---|---|
| | проблемно-целевой | проблемно-ориентированный |
| Цель / основа принятия управленческих решений | Цель соединяется с программой. В ходе разрешения проблем уточняются и цели | Своевременное выявление проблем (возможных в будущем и существующих). Разработка комплекса мер по минимизации потерь |
| Механизм реализации | Внимание уделяется решению проблем и вариантам их решения | Выделяются сложные критические ситуации, для каждой из ситуаций разрабатываются возможные сценарии развития событий, делаются оптимистический и пессимистический прогнозы. Разрабатываются сценарии ответных действий |
| Результат | Позволяет оценить возможные последствия принимаемых решений, повысить эффективность управления за счет учета интересов хозяйствующих субъектов. | Позволяет скоординировать действия муниципальных и региональных властей в сложных экономических ситуациях. Предназначен для предотвращения и уменьшения негативных последствий в связи с возникающими проблемами. |

В случае проблемно-целевого подхода цель соединяется с программой, в ходе разрешения проблем цель корректируется. При выборе механизма реализации уделяется внимание решению проблем и вариантам их решения. И, наконец, метод позволяет оценить возможные последствия принимаемых решений, повысить эффективность управления за счет учета интересов хозяйствующих субъектов.

Проблемно-ориентированный подход в качестве цели принятия управленческих решений предполагает своевременное выявление проблем, возникающих как в настоящем, так и в будущем. На их основании разрабатывается комплекс мер по минимизации потерь. В рамках механизма реализации определяются критические ситуации, разрабатываются возможные сценарии развития событий, определяются пессимистические и оптимистические прогнозы, а также сценарии ответных действий. Полученный результат позволяет скоординировать действия муниципальных и региональных властей в сложных экономических ситуациях. Метод используется для предотвращения и нейтрализации негативных последствий в связи с возникающими проблемами.

Таким образом, применение проблемно-ориентированного метода позволяет усилить эффект от взаимодействия механизмов рыночного регулирования, гарантированного использованием принципа минимизации вмешательства, и государственного планирования, реализующегося в федеральных, региональных и муниципальных программах социально-экономического развития.

Проблемно-ориентированный метод позволяет предложить механизм регулирования потребительских рынков (рисунок 1), который отличается от традиционного проблемно-

целевого метода включением муниципального блока, характеризующего способ реализации стратегических целей потребительского рынка на муниципальном уровне.

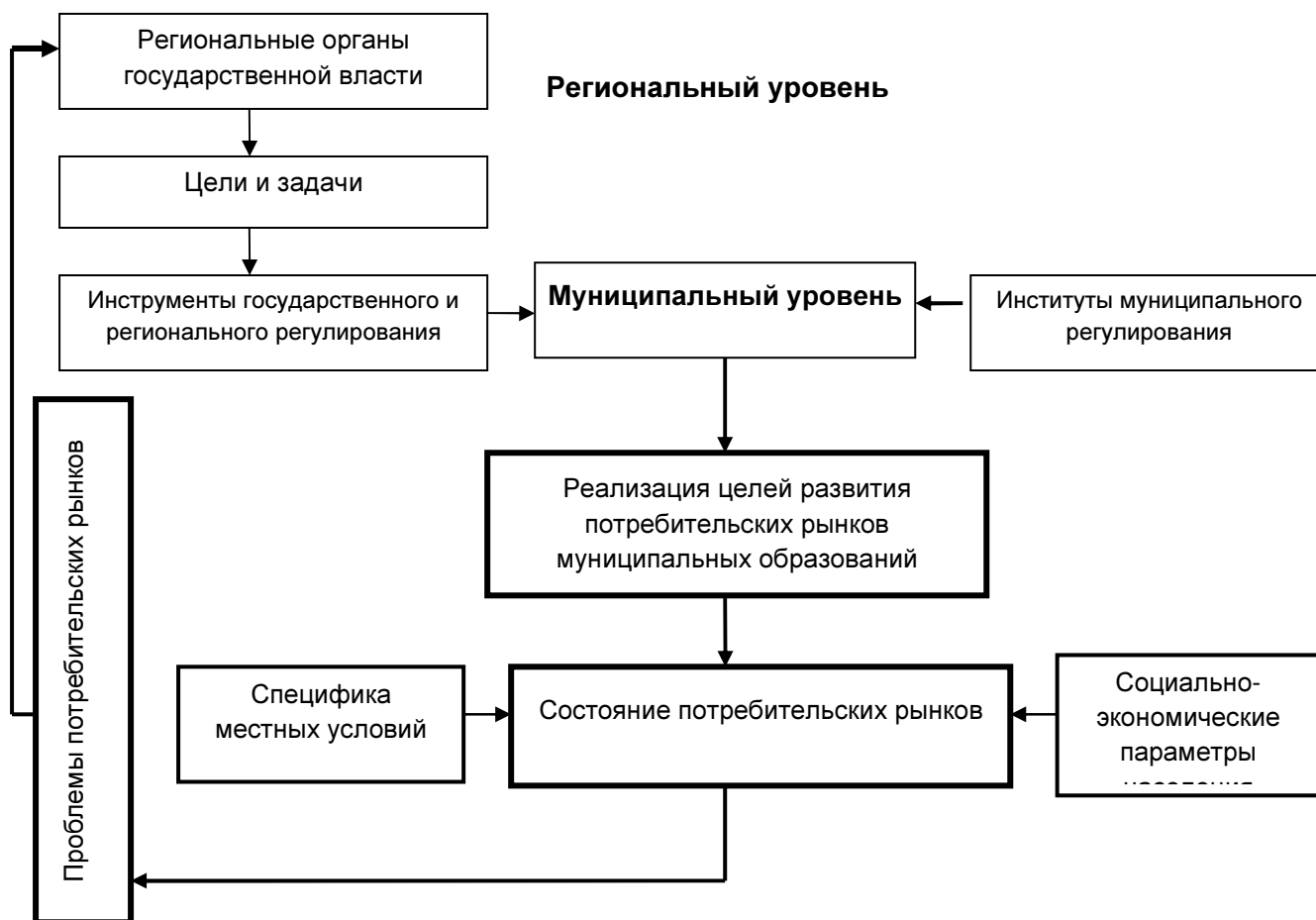


Рисунок 1 – Механизм регулирования муниципальными потребительскими рынками на основе проблемно-ориентированного подхода

Свойство субсидиарности, характерное территориальным потребительским рынкам, подразумевает, что управление осуществляется на возможно более низком уровне, когда это целесообразно, при этом региональный уровень выступает как дополнительный по отношению к муниципальному.

Состояние потребительского рынка Челябинской области оценим с позиций:

- его сравнительного анализа с другими областями Уральского Федерального округа;
- регулирования потребительских рынков «проблемных» муниципальных образований Челябинской области;

Вклад отраслей потребительского рынка в создание валового регионального продукта округа на душу населения областей федерального округа представлен в таблице 2³.

Таблица 2 - Вклад отраслей потребительских рынков в создании ВРП на душу населения, %

| Регион | Розничная торговля | | | Общественное питание | | | Услуги населению | | |
|-----------------------|--------------------|-------|-------|----------------------|------|------|------------------|-------|-------|
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2008 | 2009 | 2010 | 2008 | 2009 | 2010 |
| Россия в целом | 41,07 | 45,47 | 44,04 | 2,13 | 2,22 | 2,08 | 12,03 | 14,04 | 12,97 |
| Курганская область | 69,01 | 62,96 | 62,92 | 2,92 | 3,02 | 2,78 | 13,98 | 16,85 | 17,71 |
| Свердловская область | 57,09 | 67,15 | 62,49 | 2,96 | 3,15 | 3,11 | 14,60 | 18,77 | 16,85 |
| Тюменская область | 17,72 | 17,61 | 15,38 | 1,81 | 1,42 | 1,28 | 3,92 | 4,65 | 4,37 |
| Челябинская область | 51,31 | 61,68 | 57,81 | 2,38 | 2,72 | 2,47 | 11,47 | 13,25 | 12,58 |

На основании приведенных данных видно, что:

Во-первых, наибольшую долю в ВРП во всех анализируемых регионах занимает розничная торговля. Далее, на втором месте, – услуги населения и на последнем – общественное питание.

Во-вторых, доля розничной торговли весьма отличается по территории округа: наибольшее ее значение в 2010 г. в Курганской области – (62,92%) и наименьшее – в Тюменской области (15,38%). Та же самая закономерность прослеживается и в сфере общественного питания и сфере услуг. По всей видимости, такая картина объясняется преобладанием в ВРП Тюменской области отраслей непродовольственного профиля⁴.

Роль и значение отдельных отраслевых групп услуг и видов деятельности регионального потребительского рынка характеризуют объемные показатели. В Уральском Федеральном округе на первом месте потребности в непродовольственных товарах и лишь за ними следуют все остальные потребности, что подтверждается приведенными статистическими данными (табл. 3)⁵.

Таблица 3 - Структура потребительских расходов домашних хозяйств, %

| Регион | Покупка продуктов питания | | | Покупка непродовольственных товаров | | | Покупка алкогольных напитков | | | Оплата услуг | | |
|-----------------------|---------------------------|------|------|-------------------------------------|------|------|------------------------------|------|------|--------------|------|------|
| | 2005 | 2009 | 2010 | 2005 | 2009 | 2010 | 2005 | 2009 | 2010 | 2005 | 2009 | 2010 |
| Россия в целом | 36,1 | 30,5 | 32,9 | 38,5 | 37,8 | 38,7 | 1,9 | 1,7 | 1,7 | 23,5 | 26,8 | 26,7 |
| Курганская область | 30,7 | 36,8 | 34 | 49,9 | 36,9 | 42 | 1,4 | 1,3 | 1,5 | 18 | 24,3 | 22,6 |
| Свердловская область | 34,1 | 31,8 | 32,7 | 40,5 | 33,8 | 38,5 | 2,5 | 2,2 | 2,1 | 22,9 | 27,9 | 26,7 |
| Тюменская область | 26,2 | 27,7 | 27,3 | 47,4 | 37,6 | 37,4 | 1,9 | 1,9 | 1,8 | 24,5 | 29,9 | 33,5 |
| Челябинская область | 34,1 | 29,6 | 29,8 | 39 | 37,9 | 39,7 | 2,1 | 1,8 | 1,6 | 24,8 | 27,5 | 28,9 |

Как видно из таблицы во всех регионах в 2010 г. преобладает покупка непродовольственных товаров, затем – покупка товаров продуктов потребления, далее – оплата услуг, и, наконец, – покупка алкогольных напитков.

Далее, во всех областях Уральского региона доля продуктов питания в структуре расходов домашних хозяйств уменьшается. Сходная тенденция характерна и в целом для России, где данный показатель уменьшился с 36,1% в 2005 г. до 32,9% в 2010 г.

Кроме того, доля непродовольственных товаров в структуре потребительских расходов домашних хозяйств также уменьшается с 2005 г. по 2010 г. как в целом по России, так и по Уральскому региону, в частности.

И, наконец, в структуре потребительских расходов домашних хозяйств наметилась определенная тенденция увеличения доли оплаты услуг с 2005 по 2010 гг. как для России в целом, так и для Уральского региона. Только за период с 2005 по 2010 гг. в Тюменской области и Челябинской области произошло увеличение доли на оплату услуг (соответственно: с 24,5% до 33,5% и с 24,8% до 28,9%).

Прогрессивной тенденцией является последовательное укрепление позиций сферы услуг на потребительском рынке. Растет доля расходов населения на оплату услуг в общем объеме расходов и доля занятых в сфере услуг в общей численности занятого населения⁶.

Негативные тенденции, сложившиеся на территории области, не позволили улучшить позиции Челябинской области в рейтинге субъектов РФ по показателю общий объем товарооборота и платных услуг на душу населения. Так, по данным Министерства экономического развития и торговли РФ, Челябинская область в период с 2009 г. до 2010 г. переместилась с 21 места на 23 место⁷.

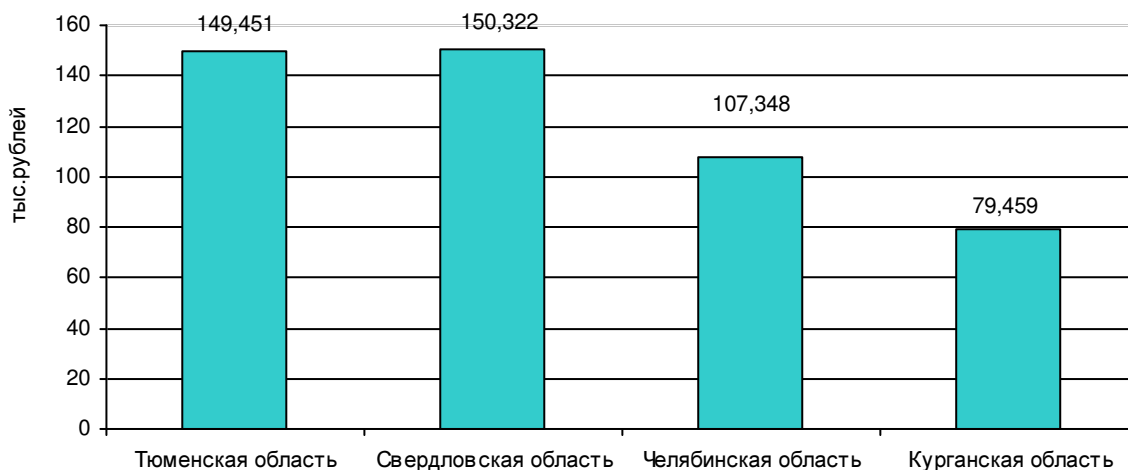


Рисунок 2 – Оборот розничной торговли на душу населения в Уральском Федеральном округе за 2010 г.

Оборот розничной торговли в расчете на душу населения в 2010 году в Челябинской области составил 107,35 тыс. руб., что меньше на 7% в целом по России (115,22 тыс. руб.). Челябинская область отстает в УрФО по обороту розничной торговли в расчете на душу населения почти в 1,5 раза от основного лидера (Тюменская область). Это является следствием того, что на потребительском рынке области не сформирована конкурентная среда, присутствует низкая предпринимательская и инвестиционная активность, недостаточно насыщенный ассортимент, слабые позиции отечественных товаропроизводителей.

Все вышесказанное, а также наличие значительных диспропорций в развитии потребительских рынков по территории Челябинской области требует разработки программ их регулирования. Тем не менее, в настоящее время ни одно «проблемное» муниципальное образование Челябинской области не имеет целевой программы по совершенствованию потребительского рынка, в связи с этим разработаны направления и меры его регулирования

(рис. 3), учитывающие теоретические положения и методические подходы, разработанные автором. Последовательность действий включает ряд этапов.



Рисунок 3 – Алгоритм регулирования «проблемных» муниципальных образований Челябинской области⁸

1 этап – оценка состояния территориальных потребительских рынков в разрезе муниципальных образований:

- разработка «Карты потребностей» в потребительских товарах, учитывающей предпочтения населения;
- формирование и ведение Единого информационного Реестра региональных производителей продовольственной и непродовольственной продукции;
- составление «Карты специализации» муниципальных образований региона.

2 этап – определение рангов муниципалитетов и определение диспропорций между сложившейся специализацией и насыщенностью товарооборота продуктами специализации такого типа:

- 1) недостаточное обеспечение непродовольственными товарами муниципальных образований, имеющих промышленную специализацию;

2) низкое потребление продовольственных товаров муниципальными образованиями с сельскохозяйственной специализацией;

3) низкий оборот розничной торговли при высоком уровне платных услуг и сферы общественного питания в территориальных образованиях с промышленной специализацией.

3 этап – постановка целей регулирования в контексте развития рынков и нейтрализации диспропорций «проблемных» муниципальных образований.

1) Для муниципалитетов с промышленной специализацией и недостаточным обеспечением непродовольственными товарами основной целью является повышение доступности непродовольственных товаров через дифференциацию форматов снабжения.

2) Для территориальных образований с сельскохозяйственной специализацией и низким уровнем душевого оборота продовольственными товарами целесообразно расширение доступности в потреблении продовольственными товарами на основе развития мобильных форм торговли.

3) Для муниципальных образований с промышленной специализацией и низким уровнем оборота розничной торговли целевой установкой должно стать комплексное развитие всех форматов торговли.

4 этап - конкретизация механизма действий, включающего применение *общих* для всех муниципальных образований инструментов регулирования, активизирующих работу потребительских рынков в целом, а именно:

а) экономические (льготные ставки арендной платы; регулирование цен и налоговых ставок в местный бюджет; налоговые льготы; стимулирование потребительского кредитования и др.);

б) организационные (создание единой системы закупок кооперативами сельхозпродукции и сырья в крестьянских хозяйствах, личных подворьях через сеть приемозаготовительных пунктов; организация взаимодействия крупноформатной торговой сети и региональных производителей: проведение региональных закупочных сессий по типу «Форума закупщиков»);

в) нормативно-правовые (ведение банка типовых нормативных правовых актов в области торговли, рекомендуемых в качестве образцов и типовых, модельных проектов для органов местного самоуправления).

Помимо этого основная нагрузка связана с «расшивкой узких мест», на основе проблемно-ориентированного подхода для потребительских рынков «проблемных» муниципальных образований.

5 этап – мониторинг муниципальных потребительских рынков, который предложено осуществлять по показателям двух классификационных направлений (социально-экономическим параметрам населения и местным условиям).

6 этап – корректировка данных с использованием основных форм обобщения данных по муниципалитетам:

- «Карты потребностей» в товарах;
- Единого информационного Реестра региональных производителей непродовольственных и продовольственных товаров;
- «Карты специализации» территориальных образований региона.

Применение предложенного автором алгоритма регулирования позволит отследить динамику «калейдоскопического многообразия связей», выявить проблемы и определить новые целевые установки в развитии муниципальных потребительских рынков.

Примечания

¹ Федерализм. Энциклопедический словарь. Статья "Субсидиарность" - М. ИНФРА-М, 1997. - С. 233.

² Антонюк В.С., Данилова И.В., Пасешник, Н.П. Функционирование и развитие территориальных потребительских рынков: теоретические, методические и прикладные аспекты // «Экономика региона». – 2013. –№ 4 (36). – С. 247.

³ Регионы России. Социально-экономические показатели. 2012: P32 Стат. сб. / Росстат. – М., 2011. – 990 с.

⁴ Пасешник Н.П. Некоторые подходы к оценке регионального потребительского рынка // Региональное развитие: теоретико-экономические, финансовые и управленческие аспекты. Научные труды кафедры ЭТиМЭ. Выпуск 2. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – С.162

⁵ Регионы России. Социально-экономические показатели. 2011: P32 Стат. сб. / Росстат. – М., 2012. – 990 с.

⁶ Антонюк В.С., Пасешник Н.П. Место регионального потребительского рынка в экономической системе Уральского Федерального округа // Вестник ЮУрГУ. Серия Экономика и менеджмент. – 2010. – Выпуск 16. – № 39. – С. 7.

⁷ Регионы России. Социально-экономические показатели. 2011: P32 Стат. сб. / Росстат. – М., 2012. – 990 с.

⁸ Антонюк В.С., Данилова И.В., Пасешник, Н.П. Функционирование и развитие территориальных потребительских рынков: теоретические, методические и прикладные аспекты // «Экономика региона». – 2013. –№4 (36). – С. 248.

CONCEPTUAL APPROACHES TO MANAGEMENT CONSUMER MARKET IN THE TERRITORIAL SYSTEM OF THE RUSSIAN FEDERATION

*N.P. Paseshnik, Cand. Sc. (Ec.), senior lecturer at management and business department,
South Ural Institute of Management and Economics
E-mail: paseshnic@mail.ru*

Abstract

The article considers the conceptual approaches to the management of territorial consumer markets. Presented the recommendations on the regulation of consumer markets of the «problem» of municipal formations of the Chelyabinsk region on the basis of problem-oriented approach, the objectives and activities of which are specified depending on the imbalances of the economy of the municipality.

Keywords: *territorial consumer market, a problem-oriented approach.*

References

1. Federalism. Encyclopedic Dictionary. Article "Subsidiarity" - M. INFRA-M , 1997. - P. 233.
2. Regions of Russia. Socio-economic indicators . 2011: P32 Stat . Sat / Rosstat. - M., 2012. – 990 p.

3. Antoniu V.S., Danilova I.V., Paseshnik N.P. Functioning and development of regional consumer markets : theoretical, methodological and applied aspects // "The region's economy". - 2013. - № 4 (36). - P. 237-249 .

4. Paseshnik N.P. Some approaches to the evaluation of the regional consumer market // Regional development: theoretical , economic, financial and managerial aspects . Scientific works department ETiME . Issue 2. - Chelyabinsk : Publishing Center SUSU, 2010. - P.160 -167

5. Antoniu V.S., Paseshnik N.P. Regional consumer market place in the economic system of the Urals Federal District // Herald SUSU . Series Economics and Management. - 2010. - Issue 16. - № 39. - P. 4-9.