

Т.И. Зворыкина¹
И.О. Яшина²T.I. Zworykina
I.O. YashinaОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА
КРУПНОГО ГОРОДАTHE MAIN DIRECTIONS OF
DEVELOPMENT OF THE CONSUMER
MARKET OF A LARGE CITY

В статье рассматривается один из наиболее развивающихся секторов экономики крупного города – потребительский рынок. Раскрываются функции рынка, реализуемые в крупном городе, рассматриваются приоритетные направления его развития.

Ключевые слова: потребительский рынок, услуги, качество, спрос, инфраструктура, направления развития.

In this article discusses one of the fastest growing sectors of the economy of a large city, i.e. the consumer market is discussed. The market functions implemented in a large city, and priority directions of its development are considered.

Keywords: consumer market, services, quality, demand, infrastructure directions of development.

Потребительский рынок является одним из важных сегментов экономики крупного города. В нормативной и научной литературе используется несколько определений понятия «потребительский рынок». Так, в словаре экономических терминов потребительский рынок определяется как «отдельные лица и домашние хозяйства, приобретающие товары и услуги для личного потребления». В финансовом словаре потребительский рынок – это рынок потребительских товаров (consumer goods), в отличие от отраслевого рынка промышленных товаров, покупателями которых не являются конечные потребители. Словарь бизнес-терминов трактует данный термин как «систему экономических отношений по поводу купли-продажи товаров, когда под ними понимается продукт труда, предназначенный для продажи (реализации), включая услуги».

Наиболее обобщенное понимание данного термина может быть представлено следующим образом: **«Потребительский рынок – это общественные отношения, основанные на соблюдении правовых норм, возникающие между**

государством, изготовителем, продавцом, исполнителем и потребителем в процессе изготовления, реализации, выполнения, предоставления товаров и услуг». В настоящее время доля потребительского рынка в ВВП России составляет порядка 19%, опережая все остальные сегменты, такие, как «обрабатывающие производства» (14%), строительство (5%), финансовая деятельность, операции с недвижимым имуществом, аренда (16%), производство и распределение электроэнергии, газа, воды (3%) и т.д.

В крупных городах за развитие потребительского рынка отвечают структуры исполнительной власти (министерства, департаменты, комитеты). На рис. 1 представлена типовая модель структуры регулирования потребительского рынка крупного города.

В городах России сформировались большие и сложные региональные системы торгового и бытового обслуживания [1]. Анализ результатов обследования потребительских рынков крупных городов России (Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Ростов-на-Дону) позволил выделить проблемы, которые сдерживают его развитие. К числу наиболее существенных проблем следует отнести: нехватку стационарных площадей для организации и ведения бизнеса; отсутствие объективной информации об участниках рын-

¹ Доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры управления и инновационных технологий в туризме и гостиничном бизнесе НОУ ВПО «Российский новый университет».

² Аспирант Института региональных экономических исследований.

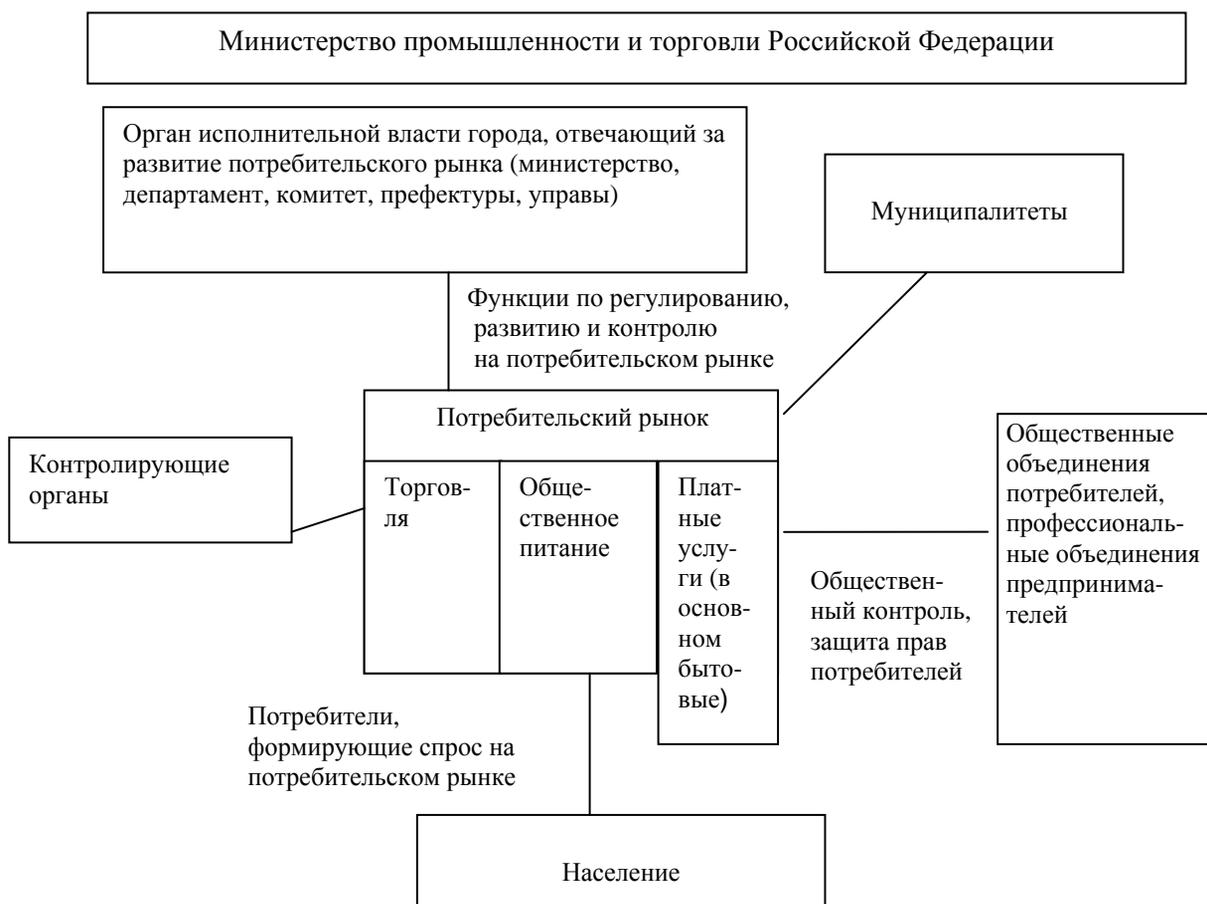


Рис. 1. Типовая модель структуры регулирования потребительского рынка крупного города

ка; слабую защиту экономических интересов бизнеса: недоступность земельных участков, приспособленных под строительство, высокую стоимость энергоресурсов; слабый учет мнений жителей города и др. В целях решения проблем потребительских рынков в крупных городах формируются целевые программы, в которых устанавливается комплекс мероприятий, характерных для каждого города по интенсификации процесса развития рынка. Следует отметить, что успешная реализация функций потребительского рынка невозможна без проведения контроля и мониторинга [2]. Сегодня на потребительском рынке любого крупного города применяются различные виды контроля хозяйствующих субъектов. Среди них: таможенный контроль, финансовый контроль, налоговый контроль, контроль качества и безопасности товаров и услуг.

Основная цель таможенного контроля заключается в обеспечении соблюдения таможенного законодательства Российской Федерации.

Целью финансового контроля является своевременное получение всей информации о ходе процесса управления финансами, выявление на-

рушений для принятия соответствующих управленческих решений.

Значимость налогового контроля заключается в том, что с помощью него достигается упорядоченность налоговых правоотношений. Налоговые органы проверяют соблюдение налогоплательщиком законодательства о налогах и сборах.

Среди прочих видов контроля, с позиции интересов потребителей, наиболее значимым является контроль качества и безопасности. Суть его заключается в проведении проверки товаров, услуг или процессов. В ходе этого контроля определяется, соответствует ли оцениваемый объект установленным нормативным требованиям, а также определенному уровню качества. Контроль качества и безопасности в соответствии с действующим законодательством может рассматриваться как один из элементов технического регулирования [3]. Реализация государственной политики в сфере торговли и услуг на территории крупного города включает в себя также проведение мероприятий регионального государственного контроля в области предпри-



Рис. 2. Основные мероприятия по развитию потребительского рынка крупного города

нимательской деятельности. Состав мероприятий, эффективно влияющих на развитие потребительских рынков таких крупных городов, как Москва и Санкт-Петербург, приведен на рис. 2.

Важная роль в регулировании регионального потребительского рынка крупного города должна принадлежать профессиональным организациям предпринимателей, общественным объединениям потребителей и саморегулируемым организациям. Основанием для этого служит не только принципиальная роль последних в механизмах рыночного товарообмена, но и практика функционирования потребительских рынков в развитых странах мира. Следует исходить из того, что роль общественных организаций потребителей и профессиональных объединений предпринимателей в регулировании потребительского рынка во взаимодействии с государственными структурами будет постоянно возрастать.

Таким образом, развитие потребительского рынка крупного города зависит от результативности выполнения мероприятий, которые необходимо реализовать усилиями не только местных властей, но и путем привлечения профессиональных и общественных организаций.

Литература

1. Бушуева И.В. Региональный потребительский комплекс: теоретические и прикладные аспекты. – М., 2007.
2. Бурак П.И., Рождественская И.А., Ростанец В.Г. Проблемы теории и практики реформирования региональной экономики. – М., 1999.
3. Зворыкина Т.И., Платонова Н.А. Техническое регулирование: сфера услуг : учебное пособие. – М. : Альфа-М.; Инфра-М, 2011.