

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК СТОЛИЧНОГО МЕГАПОЛИСА
И РЕАЛИЗУЕМЫЕ ИМ ФУНКЦИИТ.И. Zvorykina
I.O. YashinaTHE CONSUMER MARKET OF THE CAPITAL MEGALOPOLIS
AND FUNCTIONS REALIZED BY IT

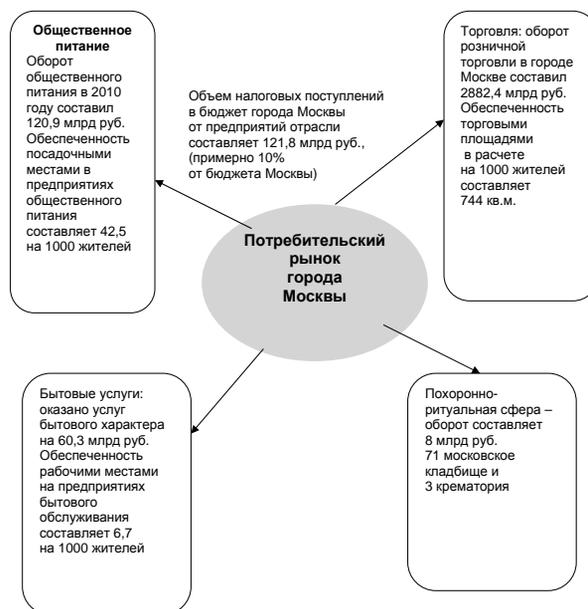
Региональная экономическая система представляет собой сочетание ряда рынков, классифицирующихся по различным признакам. По экономическому признаку, в соответствии с общепринятой классификацией, можно выделить следующие рынки: потребительский рынок, рынок труда (рынок рабочей силы), рынок ценных бумаг, рынок валюты, рынок информации, рынок научно-технических разработок (патентов, лицензий ноу-хау) и др.

В современной российской экономической литературе понятие «потребительский рынок» впервые встречается с начала 1990-х годов [1]. Одной из первых работ, характеризующих российские региональные потребительские рынки, признают научные труды Шниппера Р.И. и Новоселова А.С. [2]. В своих трудах авторы определяют региональный потребительский рынок как территориальную организацию сферы обращения, призванную обеспечить население региона товарами на основе развития товарно-денежных отношений при минимальных издержках обращения.

Современные потребительские рынки в регионах и крупных городах России имеют свои особенности. Так, потребительский рынок города Москвы функционирует как крупная составная часть единого комплекса городского хозяйства и является одним из наиболее динамично

развивающихся секторов экономики города, характеризующихся высоким уровнем инвестиционной активности.

На рисунке 1 представлена характеристика элементов потребительского рынка столичного мегаполиса как источников наполнения городского бюджета.



Источник: данные Департамента торговли и услуг города Москвы на 2013 год.

Рис. 1. Характеристика элементов потребительского рынка столичного мегаполиса как источников наполнения городского бюджета

¹ Профессор кафедры управления и инновационных технологий в туризме и гостиничном бизнесе НОУ ВПО «Российский новый университет».

© Зворыкина Т.И., 2014.

² Аспирант Института региональных экономических исследований.

© Яшина И.О., 2014.

Не все элементы потребительского рынка Москвы характеризуются достаточно высоким спросом для каждого гражданина. Так, ежедневным спросом пользуется покупка продуктов, пользование услугами общественного питания. Периодическим – еженедельный, ежемесячный, ежеквартальный – пользуются закупка товаров, услуги парикмахерских, услуги стирки, услуги общественного питания и др. Сезонным спросом пользуются бытовые услуги: химчистка, ремонт обуви, клининговые услуги и др. Спросом по мере необходимости пользуются покупка товаров различного назначения. И, безусловно, единократным спросом пользуются ритуальные услуги.

Все услуги, оказываемые на потребительском рынке, не только имеют повышенную востребованность, но и выполняют социальную функцию, которая поддерживается на государственном уровне и выражается в организации социальных магазинов, возмещении затрат (полностью или частично) на получение социально-значимых услуг.

Кроме того, ряд услуг общественного питания, бытовые услуги оказываются гражданам не только по индивидуальным заказам, но и могут быть опосредованно оказаны в школах, детских учреждениях, больницах, интернатах и других учреждениях. Современный потребительский рынок в экономической системе региона выполняет ряд важнейших функций, среди которых такие, как: регулирующая, ценообразующая, стимулирующая и др.

Главными задачами потребительского рынка столичного мегаполиса являются:

- создание условий для удовлетворения спроса населения на потребительские товары и услуги;
- обеспечение качества и безопасности в условиях широкого ассортимента реализуемых товаров и предоставляемых услуг;
- предоставление всем категориям потребителей возможности выбора максимально широкого ассортимента качественных товаров и услуг общественного питания и бытового обслуживания по доступным ценам;
- поддержка социально незащищенных слоев населения города;
- создание условий для широкого вовлечения жителей города Москвы в предпринимательскую деятельность в сфере торговли и услуг, а также их трудоустройство на предприятиях отрасли.

В деятельности потребительского рынка, обеспечивающего сферу конечного потребления населением товаров и услуг, находят свое отра-

жение социально-экономические проблемы столичного мегаполиса, такие, как:

– наличие большого числа жителей, желающих своевременно получить услуги в пределах территориальной доступности (в том числе – маломобильных граждан и граждан с ограниченными возможностями);

– присутствие такого сегмента потребителей, которые нуждаются в государственной поддержке;

– низкая ценовая доступность товаров услуг в связи со значительно завышенными ценами по сравнению с другими регионами;

– необходимость учета интересов всех субъектов хозяйствования, производителей, торгующих организаций; государства; также – населения как потребителей;

– необходимость применения механизмов регулирования рынка с учетом взаимосвязи между всеми типами рынков в целях исключения противоречий.

Во всех регионах Российской Федерации имеются структуры, которые осуществляют государственную политику в области регулирования деятельности потребительских рынков. В настоящее время реализацию государственной политики в области потребительского рынка и услуг в мегаполисе осуществляет Департамент торговли и услуг столичного города Москвы.

Значимость сферы деятельности потребительского рынка подтверждается принятой Государственной программой города Москвы «Стимулирование экономической активности на 2012–2016 гг.» (Постановление Правительства Москвы от 11 октября 2011 года № 477-ПП). Одной из подпрограмм этой государственной Программы является «Развитие оптовой и розничной торговли, общественного питания и бытовых услуг города Москвы на 2012–2016 гг.». Объем финансирования данной подпрограммы составляет 63 097 млрд рублей (18 778 млрд рублей – за счет средств бюджета города Москвы; 44 318 млрд рублей – за счет внебюджетных источников). Ответственным исполнителем выполнения подпрограммы определен Департамент торговли и услуг города Москвы, являющийся отраслевым органом исполнительной власти города Москвы. Его работа связана с проведением политики в области оптовой и розничной торговли (в том числе ярмарок), логистики, розничных рынков, обеспечения продовольственной безопасности, агропромышленного комплекса, развития сельского хозяйства, обеспечения качества и безопасности пищевых продуктов, общественного и социального питания,

защиты прав потребителей, производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции, бытового обслуживания населения, организации похоронного дела, погребения и оказания ритуальных услуг [3]. Основные функции потребительского рынка и действий по их реализации приведены в таблице 1.

Таблица 1

Функции потребительского рынка, реализуемые в городе Москве

Функции потребительского рынка	Функции условия реализации
1. Обеспечение взаимодействия продавца и покупателей товаров и услуг	Осуществление сделок купли-продажи, а также согласование экономических интересов контрагентов – населения, производителей и продавцов товаров и услуг
2. Установление количественных пропорций	Исследование спроса и предложения на товары и услуги и установление баланса
3. Выполнение роли сигнальной системы	Установление прямых и обратных связей между производителями и потребителями товаров и услуг
4. Определение уровня равновесных цен	Установление равновесия и целесообразных пропорций между ценами различных товаров и услуг
5. Осуществление распределения потребительских товаров и услуг	Выявление категорий граждан, для которых существует, в силу их социальной незащищенности, потребность в обеспечении потребительскими товарами и организация обеспечения их данными видами товаров и услуг
6. Участие региона	Обеспечение участия региона в межрегиональных торгово-экономических связях региона

В функции Департамента торговли и услуг также входит предоставление государственных услуг в сфере оптовой и розничной торговли, розничных рынков, общественного питания, защиты прав потребителей, оборота алкогольной продукции, бытового обслуживания населения, организации похоронного дела и погребения [3–5].

Функционирование столичного потребительского рынка поддерживает и обеспечивает соответствующая инфраструктура. Данную инфраструктуру можно охарактеризовать как сложную вспомогательную организационно-экономическую систему, основными элементами которой являются отрасли материально-технического снабжения, кредитования, страхования, маркетинга, информационного и правового обслуживания. Данная инфраструктура функционирует в социально-экономической среде потребительского рынка столичного региона.

Успешная деятельность потребительского рынка невозможна без применения различных форм и методов контроля и надзора.

Право осуществления проверок предоставлено Департаменту торговли и услуг города Москвы, префектурам административных округов города Москвы и управам районов [5]. Материалы по фактам административных правонарушений рассматриваются на заседаниях административных комиссий Правительства Москвы [6].

Наравне с региональным государственным контролем существует лицензионный контроль розничной продажи алкогольной продукции на территории города Москвы.

Общественно-экспертным советом при Департаменте торговли и услуг города Москвы проводится мониторинг и анализ эффективности применяемых и предлагаемых мер государственного регулирования и государственной поддержки в сфере торговли, общественного питания, бытового обслуживания населения.

В то же время, наряду с такими формами контроля, как надзор и лицензирование, на наш взгляд, необходимо развивать некоторые формы контроля, базирующиеся на элементах технического регулирования: добровольной и обязательной сертификации, аккредитации, оценки качества, регистрации и т.д.

Таким образом, успешное развитие потребительского рынка столичного мегаполиса может быть реализовано не только на основе применения установленных постановлениями форм регулирования, но и на основе разумного применения инновационных методов контроля, ба-

зирующихся на сертификации, аккредитации и других элементах технического регулирования.

Литература

1. Бушуева И.В. Региональный потребительский комплекс: теоретические и прикладные аспекты. – М., 2007.

2. Шниппер Р.И., Новоселов А.С. Проблемы рынка образования в районах Севера. – Новосибирск, 1994.

3. <http://dtu.mos.ru/>

4. Бурак П.И., Рождественская И.А., Ростанец В.Г. Проблемы теории и практики реформирования региональной экономики. – М., 1999.

5. Постановление Правительства Москвы от 24.06.2008 г. № 354-ПП «О мерах по организации государственного контроля в области потребительского рынка и услуг в городе Москве».

6. Кодекс города Москвы об административных правонарушениях от 21.11.07, № 45.