

УДК 339.004

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМ РЫНКОМ КАК УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Данилюк А.А. магистрант гр. МУМ-151 2 курс
Научный руководитель Егорова Н.Н., к.э.н., доцент
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева
Город Кемерово

В современных условиях особенно актуальными для исследования становятся вопросы управления деятельностью предприятий, организаций и учреждений, которые расположены на территории муниципального образования органами местного самоуправления.

От успеха их деятельности в первую очередь зависит пополнение местного бюджета и удовлетворение потребностей населения территории.

Эффект «отдачи» от экономики на местном уровне означает, что муниципальное образование на оперативном уровне решает задачи повышения целостности своего функционирования для удовлетворения потребностей населения, с тактической точки зрения наращивает ресурсный и стратегический потенциал территории. Надо отметить, что ряд исследователей посвящают свои исследования вопросам управления территорией, но каждый определяет свои методы и подходы для ее экономического развития [1,3-5,7-9].

Следует отметить, что сегодня потребительский рынок не что иное как многоаспектная сфера управления, которая играет существенную роль для развития экономики территории.

В настоящее время изучению потребительского рынка посвящено большое количество научных трудов, таких как А.В.Орлов, Ю.А.Львов, Б.А.Соловьев, Ю.К.Твилдиани, Ф.А.Крутиков, Е.П.Голубков, А.П.Введенский, В.М.Гальперин, Б.А.Райзберг, Н.Е. Капустина, Р.С. Гайсин, М.С. Губайдуллин.

Так, например согласно Национальному стандарту РФ: «потребительский рынок - это общественные отношения, основанные на соблюдении правовых норм, возникающие между государством, изготовителем, продавцом, исполнителем и потребителем в процессе изготовления, реализации, выполнения и эксплуатации товаров, работ и услуг» [13].

По мнению Недосекина К. Ю.: «Потребительский рынок – это система экономических отношений, развивающихся на основе механизмов конкуренции, ценообразования, маркетинга и внешнего фактора - государственного регулирования, связывающая сферы по-

требления и производства, формирующая конкурентные цены, предложение и спрос в процессе купли-продажи потребительских благ на основе организованной инфраструктуры, призванная обеспечивать их баланс путём удовлетворения потребностей населения и интересов производителей» [9].

Необходимо подчеркнуть, что само функционирование потребительского рынка является сложным механизмом поэлементного взаимодействия социальных, экономических, правовых, административных и др. сфер.

Это функционирование возможно при согласованности государственных интересов с интересами всех участников рынка, при учете и преобладании социальной составляющей в целевом регулировании рынком.

Кроме того особенно важным считаем необходимость соответствия целей любого участника рынка стратегическим целям государства.

При этом, именно потребитель является сегодня основополагающим элементом потребительского рынка, он «голосует спросом», что окончательно определяет дальнейшую деятельность организаций, успешность или убыточность.

Надо отметить, что в современных условиях структура и объем потребительского рынка все больше зависят не только от организации деятельности предприятий, но и от структуры спроса платежеспособного населения в определенном регионе.

Поэтому, нужен механизм регулирования потребительского рынка для регулирования его функционирования, на основе закона рыночного спроса и предложения.

Как свидетельствует опыт зарубежных стран с развитой рыночной экономической системой, государство может и должно регулировать пропорции спроса и предложения на национальном и региональных потребительских рынках путем контроля за ценами, уровнем доходов граждан, объемами поступления товаров, соблюдением свободы конкуренции, качеством и безопасностью товаров путем налоговых и кредитных рычагов, варьируя объемы государственных закупок товаров и услуг [2].

Что касается отечественного опыта, то в России имеются следующие основные направления совершенствования госрегулирования, изображенные на Рисунке.

Из вышеизложенного можно сделать вывод, что для совершенствования государственного регулирования государству необходимо:

- создать минимальные социальные гарантии;
- обеспечить доступность основных социальных благ;

- разработать нормативное регулирование потребительского рынка;
- управлять социальными приоритетами;
- создать механизмы контроля за торговой деятельностью.



Рисунок. Основные направления совершенствования государственного регулирования потребительского рынка РФ.

Сегодня рынок потребительских товаров и услуг это территория выбора широкого ассортимента товаров различного качества, на все вкусы и потребности: потребительские товары индивидуального назначения, такие как одежда, продовольствие, бытовая техника, ремонтные услуги и т.д. Важнейшей задачей на сегодняшний день является удовлетворение возросших потребностей населения с учетом конкуренции на потребительском рынке.

Считаем, что потребительский рынок это не что иное, как система экономических отношений, которая благодаря целевым принципам, может и должна бесперебойно функционировать для решения задачи улучшения качества и уровня жизни населения любого муниципального образования.

Список литературы

1. Виноградов М.В. Организация и планирование деятельности предприятия сферы сервиса / М.В. Виноградов. – М.: Издательство «Омега-Л», 2008. – 320с.
2. Данилова В.А., Зарубежный опыт регулирования потребительского рынка, Журнал ГосБук <http://www.gosbook.ru/node/27202>
3. Егорова Н.Н., Заруба Н.А., Тумин В.М. Формирование современной маркетинговой стратегии управления территорией с «моноэкономикой»/ В сборнике: Устойчивое развитие социально-экономических систем: наука и практика материалы III международной научно-практической конференции. под ред. Ю.С Руденко, Л.Г. Руденко. 2016. С. 276-282.

4. Егорова Н.Н. Проблемы и перспективы диверсификационного управления регионом в условиях инновационного развития экономики//В сборнике: Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития сборник научных статей 4-й Международной научно-практической конференции: в 2-х томах. Ответственный редактор: Горохов А.А.. 2014. С. 158-162.
5. Егорова Н.Н. Управление инновационной моделью региональной конкурентоспособности//В сборнике: «Учим управлять и учимся управлять»: третий сборник научных статей по материалам научно-практической конференции школьников, студентов и преподавателей с международным участием. 2016. С. 33-38.
6. Недосекин К.Ю. Совершенствование государственного регулирования потребительского рынка Российской Федерации (на примере Московской области), автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук, Москва 2009.
7. Сыров М.В. Тумин В.М., Тумина Т.А. Трансакционные издержки инновационного процесса: Монография – М.: Изд-во МГОУ, 2008. – 170 с.
8. Тумин В.М., Коряков А.Г. Корпоративное управление: учебное пособие / В. М. Тумин, А. Г. Коряков; М-во образования и науки Российской Федерации, Московский гос. ун-т тонких химических технологий им. М. В. Ломоносова, Каф. экономики и организации пр-ва. Москва, 2011.
9. Тумин В.М., Тумина Т.А., Полярус А.В. Инвестиционные ресурсы для инновационного развития // Экономика и предпринимательство. 2012, № 3 (26). С. 128-130.
10. Центральная научная библиотека: (Официальный сайт)- URL: http://www.0ck.ru/ekonomika_i_ekonomicheskaya_teoriya/osnovnye_principy_regulirovaniya_na.html
11. Научно-популярный портал-URL: <http://bukvi.ru/ekonomika/ekonomteoria/potrebitelskij-kompleks-kak-osnovnoj-element-nacionalnoj-ekonomiki.html>
12. Проблемы современной экономики-URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=573>
13. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_167655/ead5e7b43154afee71631d00c6215233664d242e/