

РАЗВИТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

А.С. Шебукова, к.т.н., доцент

Кузбасский государственный технический университет им. Т.Ф. Горбачёва
650000, г. Кемерово, ул. Весенняя, 28
г. Кемерово

Модернизация и обновление экономического пространства конкретного региона требует сбалансированности интересов различных субъектов регионального рынка. Социальная направленность экономики на более полное удовлетворение потребностей населения, а также защита его интересов, рост уровня и качества жизни – главные ориентиры для планирования мероприятий инновационного развития региона.

Рассматривая вопросы, связанные с устойчивым развитием региона, нужно четко понимать, что для каждого отдельно взятого субъекта РФ инновации в экономике будут иметь свои территориальные особенности. В современных реалиях устойчивое развитие региона тесно связано с его инновационным развитием, т.е. активным внедрением инноваций в реальный сектор экономики, т.е. в производство конкурентоспособной и высокотехнологичной продукции, позволяющей удовлетворять интересы потребителей на внутреннем и внешнем рынках.

Часто по природно-климатическим особенностям Россию сравнивают с такими развитыми странами как Канада. С одной стороны, указывают на схожую географическую обширность стран и связанные с этим неравенство регионов, которое влечет серьезные проблемы социальной и экономико-политической интеграции. Традиционная разбросанность в пространстве является существенным препятствием для равного распределения благ среди населения. Чем больше страна, тем сильнее проявляется неравенство. Побочным результатом является развитие внутри одной страны отдельных особо развитых регионов. Для сглаживания такого различия в развитии и уровне жизни населения, имеет смысл разработать политику регионального развития.

Кемеровская область является одним из ведущих промышленных регионов страны, который имеет свои климатические особенности и сырьевую специализацию (в ВРП добычи полезных ископаемых в 2013 г. составила 35,7%, обрабатывающая – 14,1%). Основные отрасли: черная металлургия, угольная промышленность, химическая промышленность – определяют основные сложности на пути модернизации и обновления экономики региона.

Так, в странах постиндустриального этапа развития, например Канаде, стремительными темпами уменьшаются доли занятого населения и ВВП в минерально-сырьевых отраслях. В настоящее время доля населения, занятого

в сырьевых секторах (сельское хозяйство, лесничество, добыча полезных ископаемых, энергетика, рыболовство, охота и т.п.), составляет не более 8% от общей занятости в Канаде. Доля сырьевого сектора стремительно уменьшилась после наступления постиндустриальной эры, когда производство также стало намного менее значимым в экономики всех развитых стран.

Одним из направлений «перезагрузки» регионального развития старопромышленных регионов в России является создание новых форм постиндустриальных «средовых зон», например, торговых, образовательных, развлекательно-рекреационных. Предложенные зоны, необходимо развивать в качестве своеобразных «ловушек» инновационной активности людей на выделяемой территории и стимулирующих приток в них наиболее ценного вида капитала – человеческого. Таким образом, развитие регионального рынка относится ровным счетом к таким зонам инновационной активности людей. Предпринимательская активность населения позволяет расширять рынки сбыта продукции, наряду с уже известными торговыми марками внедрять новые виды продукции и услуг, ранее отсутствующие на данном региональном рынке.

При планировании развития следует учитывать территориальные особенности страны. Только благодаря предприимчивости экономически активной части населения в наш регион «приходят» новые товары, услуги, товары, открываются точки розничной торговли известных брендов, начиная от одежды, обуви и проч., заканчивая точками общественного питания и новыми цифровыми гаджетами. Установлена некоторая закономерность отставания появления «новинок» на потребительском рынке Кемеровской области – это примерно два-четыре года. Если торговая марка (бренд), новая концепция магазина или точки общественного питания эффективно работает в европейской части (Москва, Санкт - Петербург), то ориентировочно два-четыре года необходимо для появления аналогичных в нашем регионе.

В связи со структурными изменениями в базовом секторе экономики происходит высвобождение рабочей силы, что влечет за собой негативные социальные проявления. Высвобождение рабочей силы из сектора традиционного промышленного производства неминуемо создаст проблемы занятости в регионе, а обеспечивать пособиями многочисленных безработных бюджет не в силах, поэтому необходимо продумать методы поддержки потенциальных безработных без ущерба для региона.

Занятость экономически активного населения всегда являлась ключевым звеном в решении многих социальных и экономических проблем. С одной стороны, человек, занятый в любой сфере экономики, приносит прибыль государству, через уплачиваемые налоги, а с другой стороны, снижается социальная напряженность. Таким образом, единственным разумным выходом является перепрофилирование кадров, их переориентация на другие сферы деятельности, что также является задачей государства и региональных властей.

Таким образом, необходима реструктуризация базового сектора экономики, которая повлечет за собой выделение непрофильного бизнеса. Одним из направлений в решении вопросов модернизации экономики, а также решения

проблем занятости населения является развитие малого и среднего предпринимательства, т.е. развитие общественных и экономических систем региона.

Наиболее привлекательными для малого бизнеса являются некоторые сегменты образовательных, медицинских услуг и сфера общественного питания. Остается большая потребность в «городских» услугах – автосервис, жилищный ремонт и проч. Потенциал роста имеют также адвокатские, нотариальные и риэлтерские услуги, услуги перевода и т.д. Увеличение количества малых предприятий в области может обеспечить долю малого бизнеса в экономике до 39,42-49% (на 17% выше современного уровня). Таким образом, экономика региона должна сменить ориентир на удовлетворение потребностей населения во всех сферах жизни.

Социально-ориентированное развитие экономики региона предполагает выполнение следующих условий [2]:

1. Обеспечение продовольственной безопасности территории региона, которое предполагает импортозамещение, самообеспечение региона продовольственными товарами, поддержку местных товаропроизводителей и сельскохозяйственных предприятий (по данным за декабрь 2014 года загруженность основных мощностей продовольственных производств находится на уровне 60 %, т.е. потенциал для роста доли местных товаров на рынке существует);

2. Построение более эффективной производственной системы, способствующей снижению издержек и повышению доступности товаров (многие предприятия Кузбасса готовы увеличить производство готовой продукции, однако, обеспеченность сырьем остается на невысоком уровне – 65-70%, в связи с неэффективной логистикой себестоимость товаров повышается и конкурентоспособность снижается);

3. Развитие конкуренции при условии поддержки малого и среднего бизнеса, в том числе в сельских территориях, для повышения удовлетворенности покупателей (открытие аптечного пункта в сельской местности позволило улучшить качество жизни сельчан за счет повышения доступности медикаментов, снижению транспортных и временных затрат)

4. Повышение насыщенности потребительского рынка качественными товарами (участились жалобы населения на некачественные продукты, особенно в зимний период, выявлены факты фальсификации и искажение сроков годности продукции).

Немаловажным является значение сферы услуг для муниципальных образований, именно поэтому к предметам ведения местного самоуправления отнесено создание условий для обеспечения услугами торговли, общественного питания и бытового обслуживания (ст.14 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»). Потребление и благосостояние – два тесно связанных между собой социально-экономических явления.

Формирование и развитие потребительского рынка является процессом, динамика которого предопределяется влиянием разнонаправленных факторов, связанных с особенностями размещения производительных сил, специ-

фикой внутрирегионального производства, с уровнем доходов населения и характером потребительских предпочтений, а также с уровнем развития рыночной и региональной инфраструктуры. Поэтому необходимо определение факторов, влияющих на развитие регионального потребительского рынка, учитывая сферу воздействия, причины возникновения, а также характер влияния. Доминирующими факторами, влияющими на развитие регионального потребительского рынка, являются: социально-демографические и географические сдвиги в структуре населения; изменение потребительских предпочтений; характер соотношения цен на различные группы потребительских товаров, реализуемых на внутреннем и внешнем рынках региона [1].

Потребительский рынок формируется на региональном уровне под воздействием факторов региональной среды, которые отражают уровень урбанизации территории, особенности промышленного производства, а также уровень жизни населения [3].

Оборот организаций Кузбасса в 2014 году составил более 9 трлн руб., 30 % из которых принадлежало оптовой и розничной торговле, ремонту автотранспортных средств, бытовых изделий и т.д. В Сибирском Федеральном округе область занимала 3 место по величине розничной торговли, оборот достиг более 317 млрд руб. Оборот общественного питания в 2014 г. находился на уровне 14,4 млрд руб., что на 15,4% выше уровня 2013 года.

Согласно подходу А.С. Новоселова [3], основными факторами, влияющими на формирование регионального потребительского рынка, является «структура экономики региона, завершенность комплексов профилирующих отраслей, характер инвестиционных процессов, сроки службы созданных фондов, инженерное обустройство территорий, социально-демографические и миграционные процессы». Вместе с тем автор считает, что специфика регионального потребительского рынка во многом предопределяется типом региона, каждому из которых соответствует совокупность факторов, обуславливающих особенности регионального потребительского рынка.

Потребительский рынок в настоящее время почти полностью находится в руках частного сектора, муниципальная власть не может устанавливать ни объемы поставок, ни привязку потребителей к поставщикам, ни цены на важнейшие продовольственные и непродовольственные товары. Местная власть может использовать формы и методы косвенного финансово-экономического регулирования, а также меры административного воздействия на основе муниципальных нормативно-правовых актов. Например, на территории Кемеровской области вводится новая мера поддержки предпринимательства – налоговые каникулы, т.е. вновь организованное предприятие освобождается от уплаты налогов на срок до 2-5 лет.

Деятельность организаций в малом и среднем бизнесе показала свою жизнеспособность и перспективность, перенимая передовой опыт развития других стран, в первую очередь приводят пример экономического чуда в Сингапуре, где открытие предприятия возможно за считанные минуты. В РФ данный процесс может затянуться на долгие месяцы. Анализ данного вопроса по

Кемеровской области показал, что открытие фирмы может занять от 80 дней до 280 в зависимости от территории. Однако мировой экономический кризис, обвал курса рубля в 2014 году, и санкции в отношении России показали, какие меры необходимо предпринимать в первую очередь – поддерживать местных товаропроизводителей, создавать условия для развития малого бизнеса в регионе. Грамотная региональная политика в отношении развития потребительского рынка позволить обеспечить в первую очередь продовольственную безопасность области и относительное спокойствие на рынке и для продавцов.

Координация работы органов местного самоуправления выходит на первый план как фактор обеспечения стабильного развития экономики региона. Неудовлетворительные результаты работы некоторых чиновников еще раз подтвердили, что качество и уровень подготовки управленческих кадров является основным критерием для устойчивого функционирования всех систем жизнеобеспечения и главным образом, продовольственного рынка, как индикатора жизненного благополучия общества.

К сожалению, развитие малого и среднего предпринимательства в системе общественного потребления на территории Кемеровской области, зависит от скорости принятия решений чиновниками, от условий, которые создаются на местах, от мер стимулирования и поощрения, а также финансовой, информационной и иных видов поддержки. Таким образом, состояние и развитие регионального потребительского рынка зависит, прежде всего, от эффективности организационно-экономических мер, принимаемых региональными и местными органами самоуправления. При этом следует учитывать, что основным фактором, определяющим развитие, являются потребительские предпочтения, под влиянием которых формируется структура и виды рынков.

Список литературы:

1. Данильченко, В. А. Факторы развития регионального потребительского рынка // Региональная экономика; теория и практика. – 2013. - № 16.-С. 39-44.
2. Коробейникова, Е. В. Социальный вектор развития экономики Кемеровской области (на примере потребительской кооперации) // Проблемы современной экономики, № 4 (48) – 2013. / [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=4816>
3. Местное самоуправление в современной России. Аналитический доклад «Реализация законодательства Российской Федерации по вопросам местного самоуправления и основные проблемы развития местного самоуправления в современной России» – М., 2009. – 240 с.
4. Особенности социально-экономического развития территорий Кемеровской области // Актуальные проблемы управления и экономики: Российский и зарубежный опыт: материалы Всерос. научно-практической конференции (с международным участием) – Томск: Изд-во Том. ун-та, 2013. – 372 с.

5. Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления» № 131-ФЗ, в ред. от 14 апреля 2014 г.