

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК В ЭКОНОМИКЕ РЕГИОНА

Эффективное развитие экономики регионального хозяйства в значительной степени определяется системой рынков, которые обеспечивают кругооборот материальных ресурсов, кредитно-финансовых средств, информационных ресурсов, а также регулируют экономические отношения между субъектами производства, обращения, непроемственной сферы и населением региона.

Важной составляющей системы рынков является потребительский рынок. Региональный потребительский рынок представляет собой территориальную организацию сферы обращения, обеспечивающую на основе развитых товарно-денежных отношений удовлетворение потребностей населения товарами и услугами. Сфера обращения потребительских товаров — сложная пространственно-экономическая система, состоящая из многочисленных связанных между собой элементов, поэтому изучение данного рынка предполагает анализ особенностей различных товарных групп, которые определяют конъюнктуру рынка, состояние внутрирегиональных, межрегиональных и межгосударственных отношений, рыночной инфраструктуры, обслуживающей рынок. Поэтому основные компоненты механизма функционирования регионального потребительского рынка — спрос, предложение, цена и конкуренция — должны рассматриваться в рамках внутреннего и внешнего экономического пространства.

В Байкальском государственном университете экономики и права в течение ряда лет ведутся исследования проблем функционирования и развития потребительского рынка Иркутской области, результаты которых использованы при подготовке Программы социально-экономического развития области до 2010 г., Программы социально-экономического развития г. Иркутска.

Анализ основных показателей развития потребительского рынка в 2000–2005 гг. позволил оценить ситуацию на рынке в процессе проводимых реформ, выявить положительные и негативные тенденции, определить круг проблем, подлежащих решению в средне-

срочной перспективе. Так, оборот в розничной торговле к 2005 г. вырос почти в 2 раза и составил 100,9 млрд р., в том числе оборот в сфере общественного питания увеличился в 3 раза, объем платных услуг населению — в 4 раза. В результате проведения политики по сдерживанию роста цен отмечено значительное снижение свободного индекса потребительских цен на товары и услуги (со 119,8% в 2001 г. до 110,7% в 2004 г.).

Для потребительского рынка области характерны стабильное развитие; высокая насыщенность и разнообразие ассортимента продовольственных и непродовольственных товаров; повышение покупательной способности; рост производства товаров потребительского рынка; появление новых субъектов хозяйственной деятельности; рост более быстрыми темпами, чем объемы производства, сектора услуг, что характерно для развитых стран мира (на 10%). По динамике развития сектора рыночных услуг Иркутская область находится в числе лидеров среди регионов Сибирского федерального округа. По темпам роста грузооборота предприятий транспорта область занимает четвертое место, оборота в розничной торговле — четвертое место, объема платных услуг населению — второе место. Развивается рыночная инфраструктура: увеличивается сеть предприятий торговли и общественного питания различных форм собственности, развивается сеть фирменной торговли, уменьшается доля неорганизованной торговли; осуществляются меры по контролю за качеством товаров, соблюдению законодательства по защите прав потребителей, сертификации; более быстрыми темпами развиваются хозяйственные связи с поставщиками и потребителями регионов РФ, странами СНГ. Однако товары потребительского назначения, поставляемые из стран дальнего зарубежья (Китай), на рынке преобладают.

Вместе с тем функционирование потребительского рынка характеризуется и негативными тенденциями: высокие темпы роста инфляции, сдерживающие доступность товаров для всех социальных групп населения;

высокие издержки обращения, наличие многочисленных посредников, большая часть из которых не являются ни технологически, ни организационно необходимыми; отстающие от запросов розничной торговли процессы структурной перестройки оптового звена системы товародвижения; поляризация населения по денежным доходам (коэффициент дифференциации 10% наиболее и 10% наименее обеспеченного населения сохраняется на уровне 7–8); низкая покупательная способность основной части населения, для которой многие товары остаются труднодоступными; недостаточный уровень культуры обслуживания; слабая концентрация капитала и обилие мелких неконкурентоспособных торговых фирм, не обеспечивающих современного уровня торгового развития; доминирование на потребительском рынке фальсифицированной и нелегальной продукции; отсутствие источников получения достоверной информации о состоянии и развитии регионального потребительского рынка и элементов его инфраструктуры; значительный объем теневого оборота, размеры которого, по различным экспертным оценкам, достигают 50%; наличие правового вакуума в регулировании отдельных отраслей потребительского рынка; отсутствие социального маркетинга.

Эффективное развитие потребительского рынка становится одной из наиболее важных проблем в осуществлении экономических реформ. Для этого необходима реализация системного, комплексного подхода в экономическом, социальном, организационно-правовом направлениях.

Содержанием экономического направления являются меры по сбалансированному насыщению потребительского рынка на основе развития производства товаров и услуг с ориентацией на полный и точный учет его законов и требований, целенаправленное формирование платежеспособного спроса населения и поддержание равновесия между потребительским спросом и товарным предложением. Второе направление — это создание адекватного механизма управления товарно-денежным оборотом, органически сочетающего в себе рыночные отношения между экономически самостоятельными

субъектами отраслей потребительского рынка и мощными государственными регуляторами в виде системы экономических рычагов и стимулов. Третье направление — социальная ответственность всех членов общества, получение положительных для общества результатов деятельности, движение к достижению социальной идеи.

В каждом из направлений необходимо выделить проблемы, подлежащие решению, обосновать их приоритетность, сформулировать цели и задачи, конкретизировать в мероприятиях. К приоритетным проблемам в развитии потребительского рынка Иркутской области целесообразно отнести рост цен на потребительские товары, ухудшение их свойств в процессе продвижения к потребителям, замедление скорости товарооборота; высокую себестоимость товаров местных производителей, снижающую их конкурентоспособность (вследствие высокочрезмерных затрат технологий, роста цен на электроэнергию, ГСМ, сырье и т.д.); насыщение потребительского рынка региона за счет ввоза товаров из регионов РФ и импорта (не всегда высокого качества); отсутствие информационной базы по показателям оценки деятельности торговых предприятий, статистических данных; недостаточное использование возможностей малого бизнеса, недостаточный уровень развития инфраструктуры малых предприятий; отсутствие информационно-аналитической системы изучения конъюнктуры потребительского рынка; недостаточный уровень развития механизмов привлечения и концентрации капитала в сфере потребительского рынка; отсутствие стратегии развития розничной торговли и общественного питания; недостаточный уровень развития механизма защиты прав потребителей; отсутствие научно-исследовательских разработок по проблемам функционирования и развития потребительского рынка.

Обозначенные проблемы характерны для современного состояния потребительского рынка области. Их решение зависит от более детальной проработки, конкретизации в задачах и мероприятиях, от заинтересованности соответствующих органов управления, а также выделения необходимых финансовых ресурсов для их реализации.