

08.00.05

П19

На правах рукописи



Пасешник Наталья Петровна

**ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЫНКОВ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ, МЕТОДИЧЕСКИЕ И
ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(региональная экономика)

**АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук**

Челябинск – 2013

Диссертационная работа выполнена на кафедре экономической теории и мировой экономики ФГБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет)

Научный руководитель – доктор экономических наук, профессор
Антонюк Валентина Сергеевна (Россия)
зав. кафедрой экономической теории и мировой экономики ФГБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет), г. Челябинск.

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, доцент
Козлова Ольга Анатольевна (Россия),
зав. сектором социального развития региона
Института экономики УрО РАН, г. Екатеринбург.

кандидат экономических наук, доцент
Верещагина Татьяна Александровна (Россия)
зав. кафедрой экономической теории и менеджмента
ФГБОУ ВПО «Челябинский государственный педагогический университет», г. Челябинск.

Ведущая организация – **ФГБОУ ВПО «Пермский государственный национальный исследовательский университет»**, г. Пермь.

Защита состоится: 28 июня 2013 г., в 15.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.298.15 при ФГБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет) по адресу: 454080, г. Челябинск, пр. им. В.И. Ленина, 76, Учебно-методический центр кафедры экономической теории и мировой экономики.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет), по адресу: г. Челябинск, пр. им. В.И. Ленина, 87, корпус 3д, с авторефератом – на официальном сайте ФГБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет) <http://www.susu.ac.ru>

Автореферат разослан 27 мая 2013г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
доктор экономических наук, профессор

И.Данилов —

И.В. Данилова

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования

В развитии рыночного механизма российской экономики особое место занимают потребительские рынки, параметры спроса и предложения которых, обеспеченность инфраструктурой, уровень удовлетворения потребностей определяют качество жизни населения в регионах РФ. Потребительские рынки, как правило, локализованы в пределах конкретной территории, зависят от денежных доходов населения, местных условий, отраслевой специализации и, в силу удовлетворения повседневных потребностей, способствуют устойчивости территориального рыночного механизма.

Кризисные явления в экономике России, регионах и муниципалитетах отражаются на состоянии и динамике территориальных потребительских рынков: для них характерны неоднородность в уровне обеспечения товарами и услугами, различия в снабжении продовольственными и непродовольственными товарами, что в условиях нестабильности экономики и реальных доходов населения является источником социальных рисков.

Существование разрывов между, с одной стороны, уровнем развития и отраслевой специализацией территорий, а, с другой – насыщенностью потребительских рынков создает дополнительную нагрузку на местные и региональные органы власти (необходимость регулирования товарной сбалансированности), что в свою очередь сужает сферу действия рыночного механизма и, соответственно, влияет на конъюнктуру, а нередко ведет к деформации параметров рынка.

В связи с этим в теоретическом плане целесообразно расширение представлений о содержании и характеристиках территориального потребительского рынка, его воздействии на уровень жизни населения регионов и муниципальных образований. В методическом плане необходима разработка методических подходов к оценке состояния и идентификации проблем муниципальных потребительских рынков как наиболее значимых для населения РФ. В прикладном аспекте актуальным является выявление инейтрализация отрицательных тенденций в развитии муниципальных потребительских рынков, разработка предложений и рекомендаций по регулированию «проблемных» муниципальных образований.

Степень разработанности проблемы. Анализ экономических публикаций показал, что базовые теоретические положения механизма функционирования потребительских рынков исследованы в работах зарубежных экономистов: У. Изарда, Ф. Котлера, О. Уильямсона, А. Хоскинга и мн. др. Особенности, структура и закономерности развития территориальных потребительских рынков рассмотрены в трудах российских авторов: В.И. Бутова, В.Г. Игнатовой, Н.П. Кетовой, Д.Л. Кондратовича, О.А. Ломовцевой, А.А. Мироедова, Л.С. Новоселова,

М.А. Николаевой, Н.А. Резиной, А.Г. Смолякова, И.В. Скопиной, М.Ю. Трубина, С.В. Федина, В.П. Федько, И.М. Шабунина, Г.Б. Царевой и др.

Методические подходы к оценке уровня развития потребительских рынков в регионах рассмотрены в публикациях И.К. Беляевского, В.И. Королевской, Л.Г. Лысова, С.А. Пискунова, А.В. Смирнова, С.Н. Хохлова, Т.В. Карлиной и др.

Проблемы региональной и муниципальной экономики, в том числе территориального развития и государственного регулирования исследованы в трудах отечественных экономистов: Е.Г. Анимицы, В.С. Антонюк, О.В. Артемовой, О.И. Боткина, В.И. Бутова, Т.А. Верещагиной, А.Г. Гранберга, Г.В. Гутмана, И.В. Даниловой, О.А. Козловой, В.И. Кушлина, А.Г. Липко, Т.В. Миролюбовой, Н.Н. Некрасова, А.С. Новоселова, В.Н. Овчинникова, К.В. Павлова, А.Н. Швецова, Р.И. Шнипера и мн. др. Однако исследование проблем развития территориальных потребительских рынков требует дальнейшего продолжения исследования в части изучения специфики их функционирования, состояния и тенденций развития, особенно на уровне муниципальных образований (МО).

Теоретические и методические проблемы исследования территориальных потребительских рынков, их практическая значимость определили выбор объекта, предмета, цели и задач исследования.

Объект исследования – территориальные потребительские рынки Российской Федерации.

Предметом исследования является функционирование и развитие потребительских рынков, локализованных в пределах муниципальных образований Челябинской области.

Целью диссертационной работы является разработка теоретических и методических подходов к анализу особенностей, факторов и уровня развития территориальных потребительских рынков для выявления «проблемных» муниципальных образований и предложения мер по их регулированию.

Для достижения указанной цели в диссертационной работе были поставлены следующие задачи:

- исследовать содержание и характеристики территориальных потребительских рынков;
- разработать методические подходы к классификации территориальных потребительских рынков (на примере муниципальных образований); апробировать и выявить факторы и параметры потребительских рынков муниципальных образований Челябинской области;
- выявить и систематизировать структурные дисбалансы в развитии потребительских рынков муниципальных образований региона;

- предложить рекомендации по регулированию потребительских рынков «проблемных» муниципальных образований Челябинской области.

Область исследования соответствует требованиям паспорта специальности ВАК 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (Региональная экономика): п. 3.7. «Локальные рынки, их формирование, функционирование и взаимодействие; межрегиональная торговля. Теория новой экономической географии»; п. 3.17. «Управление экономикой регионов. Формы и механизмы взаимодействия федеральной, региональной, муниципальной власти, бизнес-структур и структур гражданского общества. Функции и механизмы управления. Методическое обоснование и разработка организационных схем и механизмов управления экономикой регионов; оценка их эффективности».

Информационную базу исследования составили справочные данные сборников Федеральной службы государственной статистики РФ, нормативно-правовые акты, обзорно-аналитическая информация Министерства экономического развития РФ, сведения Территориального органа федеральной службы государственной статистики Челябинской области, специальные монографические издания, материалы периодической печати, аналитические разработки автора.

Теоретическую и методологическую основу исследования составили фундаментальные положения экономической теории, региональной экономики, государственного регулирования национальной и региональной экономики.

В диссертационной работе использованы системные и структурные подходы, применены экономико-статистические методы исследования, сравнительный анализ и др.

Наиболее существенные результаты, полученные автором, и их научная новизна:

1. Обоснован теоретический подход к анализу территориальных потребительских рынков, отличие которого состоит в выделении ключевых характеристик, а именно: зависимости рынков от уровня децентрализации в системе товаро обращения потребительских товаров страны (федеральные округа, регионы, муниципальные районы, городские округа, поселения); субсидиарности потребительского рынка и его структурной определенности потребностями населения территории; детерминируемости потребительских рынков местными условиями и отраслевой специализацией. Применение указанных характеристик позволяет оценить уровень развития, выявить особенности и использовать проблемно-ориентированный подход в регулировании (п. 3.7 Паспорта специальности ВАК 08.00.05).

2. Предложен методический подход к классификации территориальных потребительских рынков (на примере рынков муниципального уровня); авторские предложения заключаются в использовании классификационных признаков, раскры-

вающих особенности (социально-экономические характеристики населения), факторы (специфику местных условий; отраслевую направленность экономики муниципальных образований) и функциональность (результативные показатели потребительских рынков), что позволяет разграничить муниципальные образования, выявить специфику их функционирования и систематизировать проблемы, что подтверждено аprobацией по муниципальным потребительским рынкам Челябинской области (п. 3.7 Паспорта специальности ВАК 08.00.05).

3. Выявлены структурные диспропорции между уровнем развития и отраслевой направленностью муниципальных образований и структурой потребительского рынка (как следствие обеспеченностью потребительскими товарами), что позволило выделить три типа «проблем» в развитии муниципальных образований: недостаточное обеспечение непродовольственными товарами территорий с промышленной специализацией; низкое потребление продовольственных товаров территорий сельскохозяйственной специализации; наличие промышленных МО с низким оборотом розничной торговли, но высокой обеспеченностью платными услугами и сферой общественного питания; определена локализация «проблемных» муниципальных образований в Челябинской области, что является основой для проблемно-ориентированных мер регулирования (п. 3.7 Паспорта специальности ВАК 08.00.05).

4. Предложены рекомендации по регулированию потребительских рынков муниципальных образований, отличие авторских положений состоит в том, что цели и мероприятия специфицированы по проблемам (диспропорциям) экономики муниципальных образований Челябинской области, соответственно, рекомендации разграничены на блоки: реализация цели на повышение доступности непродовольственных товаров муниципальных образований включает меры по активизации и дифференциации форматов снабжения; ориентир на обеспечение продовольственными товарами охватывает меры по развитию мобильных форм торговли и др. (п. 3.17 Паспорта специальности 08.00.05).

Теоретическая и практическая значимость исследования состоит в том, что расширена теория функционирования потребительских рынков в контексте структуры, характеристик и факторов их сбалансированности. Полученные результаты могут быть использованы региональными и муниципальными органами управления в качестве концептуальной основы для совершенствования деятельности органов власти (Министерств экономического развития субъектов РФ) в части мониторинга и регулирования потребительских рынков, формирования целевых программ торговой политики, реструктуризации отраслей, разработки антикризисного регулирования муниципалитетов.

Апробация результатов исследования. Основные положения диссертации докладывались автором на Международных научно-практических конференциях: «Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд» (Челябинск 2011); «Актуальные проблемы экономики и управления в современном обществе» (Пермь 2011); на I и II Всероссийских научно-практических конференциях: «Междисциплинарный диалог: современные тенденции в гуманитарных, естественных и технических науках» (Челябинск 2012, 2013); межвузовской научно-практической конференции «Экономическое развитие регионов Российской Федерации: проблемы и перспективы» (Челябинск 2010); Второй научной конференции аспирантов и докторантов (Челябинск 2010).

Методические разработки диссертанта используются в учебном процессе и в деятельности муниципальных образований Челябинской области. В частности, выводы и рекомендации применены при разработке стратегии социально-экономического развития Коркинского и Карталинского муниципальных районов до 2020 года, что подтверждается справками о внедрении.

Публикации. Результаты диссертационного исследования отражены в 10 научных публикациях, в том числе в 2 коллективных монографиях, в 3 статьях из списка ВАК; общий объем – 3,45 п.л. (авторских – 2,65 п.л.).

Структура работы. Диссертация состоит из введения, 3 глав, заключения, списка литературы, включающего 165 наименования, и 3 приложений. Общий объем работы составляет 135 страниц машинописного текста, включая 12 рисунков, 34 таблицы и 17 формул.

II. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

1. Обоснован теоретический подход к анализу территориальных потребительских рынков, выявлены ключевые характеристики, применение которых позволяет оценить уровень развития, выявить особенности и использовать проблемно-ориентированный подход в регулировании.

Потребительские рынки занимают центральное место в жизнеобеспечении региона, поскольку способствуют реализации повседневных потребностей населения, уровень удовлетворения которых определяет трудовую мотивацию, а, следовательно, результативность экономики и ее территориальных образований. Анализ экономической литературы, посвященной проблемам функционирования потребительских рынков, показал, что, несмотря на достаточно разнообразные подходы и большое количество используемых признаков классификации, существует неоднозначность в понимании имманентных характеристик этих рынков, что снижает качество и результативность регулирования на разных уровнях территориальной локализации.

Диссертантами систематизированы признаки и подходы к классификации потребительских рынков, выделяемые российскими и зарубежными авторами (рис. 1). К основным подходам относятся: субъектный, объектный, инфраструктурный и др. Так, *объектный* включает разграничение рынков по объемам, типу потребительских товаров, товарному составу благ; *субъектный* – по основным участникам товарообменных операций; *инфраструктурный* акцентирует внимание на организации процесса торговли, существует классификация по уровням локализации (межрегиональный, региональный, местный).



* подходы к классификации выделены цветом

Рис. 1. Классификационные подходы и признаки разграничения потребительских рынков

Многообразие признаков и характеристик потребительских рынков, неравномерность уровня развития и дифференциация параметров (особенно на уровне му-

ниципальных образований), при низких доходах и спонтанном развитии, определили необходимость расширения теоретических основ предмета исследования. Диссертантом выделены ключевые характеристики территориальных потребительских рынков, к которым относятся: 1) зависимость параметров рынков от *уровня территориальной децентрализации* (рынки федерального округа, региона, муниципальных образований), которые создают отличия по насыщенности, структуре, дифференцированности объекта торговли; 2) *субсидиарность* процесса товарооборота и торгуемых объектов к потребителям конкретной территории; 3) детерминируемость параметров и структуры потребительских рынков *местными условиями* и *отраслевой специализацией территории*, то есть определяемость «географической» локализацией рынков.

Теоретическое содержание ключевых характеристик раскрыто диссидентом следующим образом.

1. Территориальная децентрализация означает, что локализация потребительских рынков имеет разный масштаб, территориальное рассредоточение ресурсов, товаров и услуг создает отличия в инфраструктуре, логистике товаропотоков, потенциале, ассортименте и структуре рынков (в частности, уровень урбанизации создает широкие возможности удовлетворения потребительских предпочтений городского населения по сравнению с сельским). Это составляет особенности рынков Федерального округа, региона, муниципальных образований (городского округа, муниципального района, городского и сельского поселений).

2. Свойство субсидиарности территориальных потребительских рынков понимается диссидентом как приближенность получателей денежного дохода (домашних хозяйств) к источнику их удовлетворения (потребительским рынкам). Субсидиарность проявляется в зависимости потребительского рынка от уровня доходов населения и качества его жизни, сложившихся традиций в организации товарообменных сделок (сетевые, крытые рынки, малый розничный бизнес, личное подсобное хозяйство).

3. Отраслевая специализация региона как форма проявления территориально-го разделения труда и организации производства обусловлена географическим положением, природно-климатическими условиями и обеспеченностью экономическими ресурсами и определяет объектную (в части товарного разнообразия и емкости) достаточность потребительских рынков. Специфика отраслевой структуры территориальных образований проявляется в отличиях конкурентоспособности предприятий, развитости торговой и транспортной инфраструктуры, особенностях инвестиционной среды и привлекательности (в части предложения хозяйственными структурами потребительских товаров определенной номенклатуры), развитии поставок личного подсобного хозяйства, степени урбанизации, интенсивности

межрегионального и внешнеэкономического обмена, то есть в уровне социально-экономического развития территориальных образований. Все перечисленные обстоятельства формируют специфику **местных условий** и инфраструктурную обеспеченность потребительских рынков и, соответственно, емкость, дифференцированность, ассортимент, сбалансированность, то есть уровень товарного потенциала для удовлетворения потребностей населения.

Выделенные диссертантом ключевые характеристики потребительских рынков и их содержание formalизовано на рис. 2.

Таким образом, **территориальные потребительские рынки** понимаются диссертантом как **децентрализованный сегмент товарного обращения национального рынка, определяемый специализацией региона и местными условиями и характеризующийся субсидиарностью к потребностям населения территории.**

Характеристики территориальных потребительских рынков

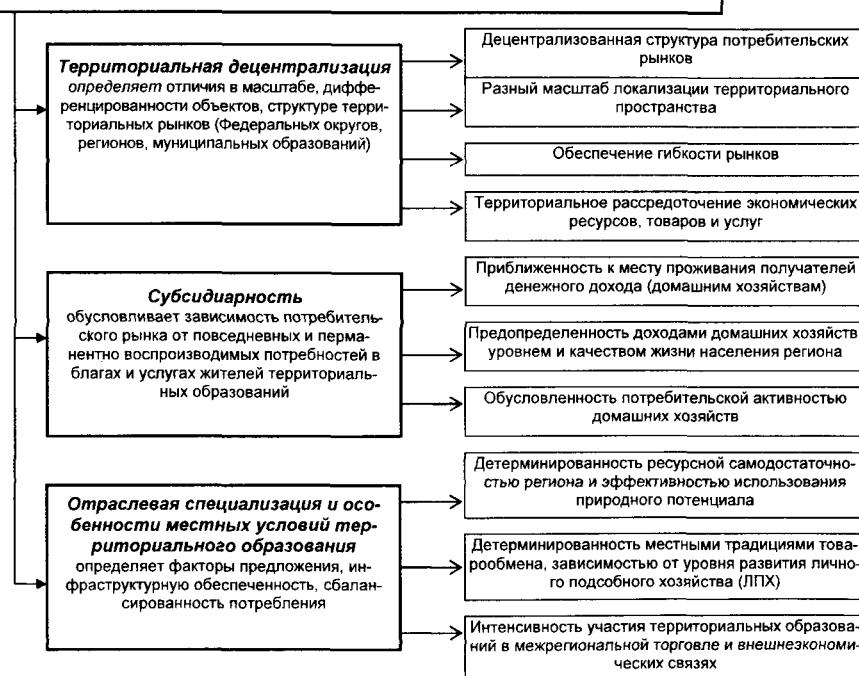


Рис. 2. Характеристика территориальных потребительских рынков

Как децентрализованная система товарооборотения потребительские рынки подобны любому функциональному рынку и представляют собой систему взаимодействия спроса и предложения, в результате которого формируются параметры рынков (номенклатура и объемные показатели, уровень цен), инфраструктура (ка-

налы и схемы товародвижения), организация механизма товарообменных операций. Особенности территориальных потребительских рынков состоят в «калейдоскопическом разнообразии связей»¹; существенном варьировании стоимостного объема потоков; значительном изменении номенклатуры и физического объема; наличии эффекта «фрикции расстояния»² (перевозке большого количества грузов на короткие расстояния).

Ключевые характеристики потребительских рынков явились теоретической базой, на основе которой сформированы методические приемы оценки состояния и типологии потребительских рынков муниципальных образований.

2. Предложен методический подход к классификации территориальных потребительских рынков (на примере рынков муниципального уровня); авторские предложения заключаются в использовании классификационных признаков, раскрывающих особенности, факторы и функциональность, определяющие параметры потребительских рынков; систематизированы проблемы, проведена апробация по муниципальным потребительским рынкам Челябинской области.

Диссертантом предложен методический подход к классификации муниципальных потребительских рынков, элементы и прикладное значение которого представлено на рис. 3.



Рис. 3. Содержание и прикладная реализация методического подхода

¹ Изард У. Методы регионального анализа: введение в науку о регионах. -М., 1996.- С. 102.

² Там же.

Для оценки особенностей и факторов функционирования потребительских рынков, общей характеристики уровня их развития использованы показатели, систематизация которых представлена в табл. 1.

Таблица 1 - Показатели классификации муниципальных потребительских рынков

Особенности и факторы муниципальных потребительских рынков	Показатели муниципальных потребительских рынков
I. Особенности (социально-экономические характеристики населения) муниципальных потребительских рынков	
1. Уровень жизни населения	X1 – среднемесячная номинальная начисленная заработка плата работников организаций по городским округам и муниципальным районам, руб. / чел.; X2 – средний размер назначенных месячных пенсий по городским округам и муниципальным районам, руб. / чел.; X3 – величина прожиточного минимума в среднем на душу населения в месяц, руб. / чел.; X4 – среднегодовая численность работников организаций по городским округам и муниципальным районам, чел.; X5 – численность пенсионеров в городских округах и муниципальных районах, чел.;
2. Социально-демографические и миграционные процессы	X6 – численность населения по городским округам и муниципальным районам, чел.; X7 – площадь территории, кв. км;
3. Активность трудовых ресурсов	X8 – экономически активное население, чел.;
II. Факторы (специфика местных условий) потребительских рынков	
1. Инфраструктурное обустройство товаропотоков	X9 – количество объектов розничной торговли и общественного питания, ед.; X10 – площадь торгового зала объектов розничной торговли, кв. м.; X11 – площадь зала обслуживания посетителей в объектах общественного питания, кв. м; X12 – число мест в объектах общественного питания, место;
2. Инвестиционная активность в инфраструктурном обеспечении потребительского рынка	X13 – инвестиции в основной капитал оптовой и розничной торговли по городским округам и муниципальным районам на душу населения, руб. / чел.

На функционирование потребительских рынков и уровень их развития влияют особенности (социально-экономические параметры населения) и факторы (местные условия МО), в связи с чем проведена классификация муниципальных образований по этим признакам с помощью кластерного анализа в пакете SPSS Statistica 17.0 по методу средних величин. Объектом классификации явились потребительские рынки 39 муниципальных образований Челябинской области (исключены Челябинский и Магнитогорский городские округа).

При распределении МО по кластерам в качестве основного параметра разграничения использован показатель душевого розничного товарооборота. Классификация муниципальных образований по признакам: 1) социально-экономические характеристики населения; 2) по местным условиям, - представлена в табл. 2.

Таблица 2 - Фрагмент классификации муниципальных образований Челябинской области по кластерам и группам (по социально-экономическим характеристикам населения и по местным условиям)

№	Муниципальное образование	Кластеризация по социально-экономическим характеристикам населения				Кластеризация с учетом местных условий			
		Средний по кластеру душевой розничный товарооборот				Средний по кластеру душевой розничный товарооборот			
		Кластер 1	Кластер 2	Кластер 3	Кластер 4	Кластер 1	Кластер 2	Кластер 3	Кластер 4
1	Верхний Уфалей	3	-	-	1,312	-	2	1,312	-
2	Златоуст	3	-	-	1,417	-	4	-	1,417
3	Карабаш	3	-	-	0,694	-	4	-	0,694
4	Копейск	2	-	-	-	1,053	4	-	1,053
5	Кыштым	3	-	-	1,897	-	2	1,897	-
6	Миасс	3	-	-	1,394	-	4	-	1,394
7	Троицк	1	1,733	-	-	-	3	-	1,733
8	Усть-Катав	3	-	-	0,894	-	4	-	0,894
9	Чебаркуль	1	0,948	-	-	-	2	0,948	-
10	Южноуральск	2	-	-	-	1,578	1	-	-
...
29	Октябрьский	3	-	-	0,616	-	4	-	0,616
30	Пластовский	3	-	-	0,841	-	1	-	-
31	Саткинский	3	-	-	1,378	-	4	-	1,378
32	Сосновский	3	-	-	0,716	-	3	-	0,716
33	Троицкий	3	-	-	0,482	-	4	-	-
34	Увельский	3	-	-	0,345	-	2	0,345	-
35	Уйский	3	-	-	0,270	-	4	-	0,270
36	Чебаркульский	3	-	-	0,570	-	4	-	0,570
37	Чесменский	3	-	-	0,339	-	2	0,339	-
Средняя характеристика оборота розничной торговли на 1 душу населения по группам муниципальных образований в группе		1,324	0,430	0,776	1,316	0,968	0,784	0,838	1,210
Классификация по группам		Группа А	Группа Г	Группа В	Группа Б	Группа Б	Группа Г	Группа В	Группа А
		3	1	31	2	5	24	6	2

Переход от кластеров (начало таблицы – кластеры 1, 2, 3, 4) к группам (конец таблицы – группы А, Б, В, Г) осуществлялся по показателю величины среднего оборота розничной торговли на душу населения. Логика диссертанта при классификации МО на группы и по первому и по второму признаку состояла в следующем: во-первых, на основе расчета показателей, раскрывающих количественно каждый классификационный признак, выделить кластеры (1, 2, 3, 4). Во-вторых, привести на основе выделенных кластеров группировку (А, Б, В, Г), используя средние значения душевого оборота розничной торговли в кластерах, при этом буква в имени группы означает иной уровень оборота розничной торговли (переход соответствует убыванию показателя).

На основе совмещения двух признаков классификации (по социально-экономическим параметрам населения и по специфике местных условий) построена матрица позиционирования муниципальных образований, что позволило выделить 16 типов территорий Челябинской области (рис. 4).

Классификация потребительских рынков МО по местным условиям	Группа А	МО отсутствуют	Пластовский муниципальный район	Южноуральск	МО отсутствуют
	Группа Б	МО отсутствуют	Верхний Уфалей, Кыштым, Увельский, Чесменский муниципальные районы	МО отсутствуют	Чебаркуль
	Группа В	МО отсутствуют	Аргаяшский, Ашинский, Верхнеуральский, Красноармейский, Сосновский муниципальные районы	МО отсутствуют	Троицк
	Группа Г	Еманжелинский муниципальный район	Златоуст, Карабаш, Миасс, Усть-Катав, Агаповский, Брединский, Варненский, Еткульский, Карталинский, Каслинский, Катав-Ивановский, Кизильский, Кунакашкий, Кусинский, Нагайбакский, Нязепетровский, Октябрьский, Саткинский, Троицкий, Уйский, Чебаркульский муниципальные районы	Копейск	Коркинский муниципальный район
	Группы МО	Группа Г	Группа В	Группа Б	Группа А
	Классификация потребительских рынков МО по социально-экономическим параметрам населения				

Рис. 4. Матрица позиционирования муниципальных образований Челябинской области в зависимости от местных условий и социально-экономических параметров населения*

* заливка в матрице показывает наиболее многочисленную группы, жирным шрифтом выделены МО, имеющие значения душевого розничного товарооборота по сравнению со среднеобластным больше единицы.

Основная часть МО имеет низкие показатели, характеризующие местные условия (инфраструктурное обеспечение) на уровне типологической группы Г (по

признаку местных условий), но в разрезе классификации по социально-экономическим показателям населения эта совокупность муниципальных образований находится на уровне ниже среднего (группа В). Для самой многочисленной группы МО (выделенной заливкой на рис. 4) основными проблемами являются низкий уровень инфраструктурных показателей: площадей торгового зала объектов розничной торговли и обслуживания посетителей в объектах общественного питания; а также низкий размер доходов (пенсий и заработной платы), не стимулирующий бизнес к расширению торговой инфраструктуры. Детализация показателей, влияющих на «падение» МО в матрице в тот или иной квадрант (16 типов территорий) возможна на основе значений средних показателей по кластерным группам (табл. 3.)

Таблица 3 – Средние показатели кластеров по социально-экономическим показателям населения и по местным условиям МО Челябинской области

Социально-экономические показатели населения	Кластер				Местные условия	Кластер			
	1	2	3	4		1	2	3	4
X1*- средняя заработка	2,715	1,934	2,417	2,833	X9*- количество объектов розничной торговли и общественного питания	1,387	1,193	1,068	1,508
X2*- размер пенсий	1,020	1,047	0,918	1,082	X10*- площадь торгового зала объектов розничной торговли	0,935	0,611	0,578	1,344
X4*- среднегодовая численность работников организаций	0,977	0,943	0,951	1,005	X11*- площадь зала обслуживания в общественном питании	1,992	0,838	0,851	0,857
X5*- численность пенсионеров	1,362	1,077	0,948	1,081	X12*- число мест в объектах общественного питания	1,620	0,913	0,942	0,959
X6*- численность населения	15,506	12,51	0,562	9,731	X13*- инвестиции в розничную и оптовую торговлю	0,471	0,552	1,919	1,559
X8*- экономически активное население	0,903	0,612	0,780	0,864	Количество муниципальных образований в группе	5	24	6	2
Количество муниципальных образований в группе	3	1	31	2		Б	Г	В	А
	А	Г	В	Б					

* -значает стандартизированное значение показателей (к среднеобластным)

Заливкой в таблице 3 выделены показатели для доминирующего в Челябинской области типа муниципальных образований. Диссертантом обращено внимание на отличия отраслевой структуры МО данной группы, что потребовало учета специализации и проведения классификации муниципальных образований.

Диссертантом рассчитан коэффициент специализации, как отношение удельного веса отрасли в общем объеме производства МО к удельному весу той же от-

расли в структуре продукта региона (показывает, во сколько раз концентрация данной отрасли в конкретном муниципальном образовании больше / меньше, чем в среднем по области):

$$K_c = V_m/S_m \div V_p/S_p - 3 \quad (1)$$

Разграничение муниципальных образований Челябинской области по видам экономической деятельности проведено по двум направлениям: выделены группы муниципальных образований, ориентированные преимущественно на отрасли промышленности (добыча полезных ископаемых, обрабатывающее производство, производство и распределение электроэнергии, газа и воды) и группы сельскохозяйственной направленности. Диссертантом предложена «Карта специализации» муниципальных образований Челябинской области с учетом душевого розничного товарооборота (величина круга), как методический прием визуализации позиции конкретных МО (рис. 5).

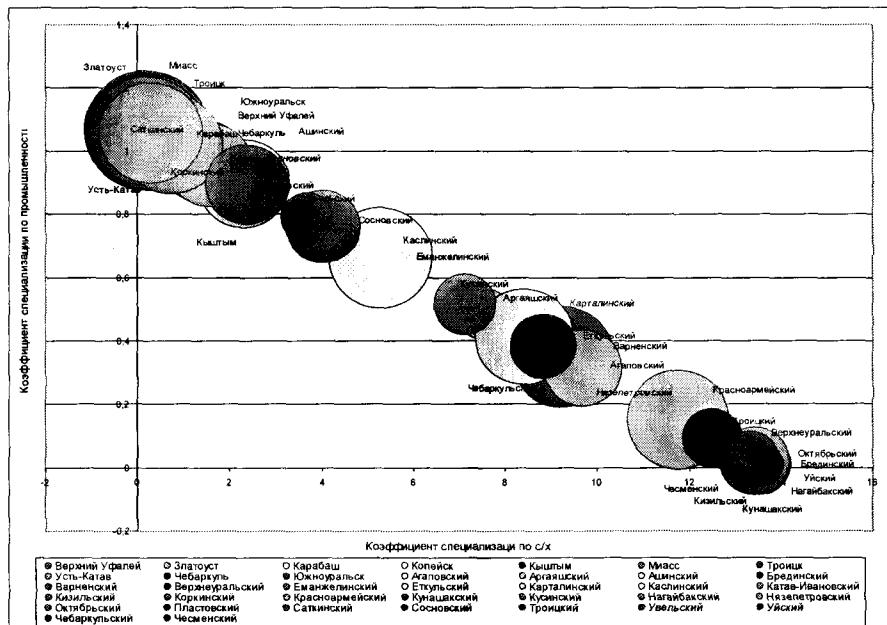


Рис. 5. «Карта специализации» муниципальных образований Челябинской области

³ где V_m – объем производства данной отрасли в муниципальном образовании в валовом исчислении; V_p – объем производства этой отрасли в регионе в валовом исчислении; S_m – весь объем производства в данном муниципалитете в валовом исчислении; S_p – весь объем производства в регионе в валовом исчислении.

Персонализация точек с наложением критериев по оси X (коэффициент специализации по сельскому хозяйству) и по оси Y (коэффициент специализации по промышленности) позволила сделать вывод о наличии муниципалитетов с достаточно высоким показателем специализации по сельскому хозяйству – от 4,046 до 13,546 (Агаповский, Аргаяшский, Брединский, Варненский, Верхнеуральский, Еманжелинский, Еткульский, Карталинский, Каслинский, Кизильский, Красноармейский и др.) и небольшой группы со специализацией по промышленности – коэффициент от 1,019 до 1,076 (г. Верхний Уфалей, г. Златоуст, г. Карабаш, г. Кыштым, г. Миасс, г. Троицк, г. Южноуральск, Ашинский, Коркинский и Саткинский муниципальные районы).

Системный подход к анализу потребительских рынков (исследование местных условий, специализации экономики муниципальных образований, специфики характеристик населения) определил необходимость концентрации внимания на результатах функционирования потребительских рынков (показателях душевого оборота розничной торговли продовольственными и непродовольственными товарами, оборота общественного питания, объема платных услуг). Для определения статуса муниципального образования по результативным показателям муниципальных потребительских рынков Челябинской области применено ранжирование: первоначально выявлено место по каждому показателю, затем определена сумма мест, на основе которых определен ранг МО по всем результативным показателям, который принят как итоговый измеритель уровня развития потребительского рынка среди территорий региона (табл. 4).

В целом анализ, проведенный в диссертации (2004 – 2010 гг.) позволил сделать вывод об увеличении неоднородности результирующих показателей регионального потребительского рынка, а именно: при значительном увеличении оборота розничной торговли на душу населения (на 30%), объема платных услуг на душу населения (в 4 раза), оборота общественного питания на душу населения (в 5 раз) возрастает вариация этих показателей.

Составленный рейтинг по результативным показателям, их динамика, а также матрица позиционирования МО (на основе классификации по особенностям и факторам), позволяет выделить проблемы и предложить рекомендации по ихнейтрализации.

Таблица 4 - Ранжирование муниципальных образований Челябинской области по результативным показателям функционирования потребительских рынков

Городские округа и муниципальные районы	Место, занимаемое муниципальными образованиями				Сумма мест муниципальных образований	Ранг муниципалитета по результативным показателям		
	по душевому обороту розничной торговли		по душевому обороту услугами общественного	по душевому объему платных услуг населению				
	продовольственными товарами	непродовольственными товарами						
Верхний Уфалей	16	6	12	10	44	8		
Златоуст	11	7	11	8	37	6		
Карабаш	20	34	9	17	80	17		
Копейск	13	15	14	13	55	11		
Кыштым	3	9	13	3	28	4		
Магнитогорск	2	2	2	2	8	-		
Миасс	9	8	4	4	25	2		
Троицк	4	4	10	9	27	3		
Усть-Катав	17	20	20	12	69	15		
Чебаркуль	14	18	5	5	42	7		
Челябинск	1	1	1	1	4	-		
Южноуральск	6	3	7	6	22	1		
Агаповский	33	38	27	30	128	32		
Аргаяшский	36	27	23	7	93	20		
Ашинский	12	11	6	16	45	9		
Брединский	26	25	33	32	116	30		
Варненский	7	12	16	25	60	12		
Верхнеуральский	27	32	15	31	105	25		
Еманжелинский	28	35	24	18	105	23		
Еткульский	37	28	39	27	131	34		
Карталинский	10	13	25	19	67	14		
Каслинский	15	5	31	21	72	16		
Катав-Ивановский	18	17	3	20	58	13		
Кизильский	39	33	36	38	146	36		
Коркинский	5	16	18	14	53	10		
Красноармейский	32	22	30	29	113	29		
Кунашакский	29	24	37	37	127	31		
Кусинский	23	30	29	22	104	22		
Нагайбакский	38	37	38	33	146	37		
Нязепетровский	21	21	28	36	106	26		
Октябрьский	25	26	22	35	108	28		
Пластовский	19	19	35	24	97	21		
Саткинский	8	10	8	11	37	5		
Сосновский	30	14	17	26	87	18		
Троицкий	24	36	32	39	131	33		
Увельский	35	29	26	15	105	24		
Уйский	34	39	34	34	141	35		
Чебаркульский	22	23	19	28	92	19		
Чесменский	31	31	21	23	106	27		

3. Выявлены структурные диспропорции, заключающиеся в несоответствии отраслевой направленности экономики муниципальных образований и структуры потребительского рынка; выделены три типа «проблем» в развитии муниципальных образований; определена локализация «проблемных» муниципальных образований в Челябинской области, что создает экономическую основу применения проблемно-ориентированного подхода.

На основе сравнительного анализа 10 «лучших» и 10 «худших» муниципальных образований по комплексу показателей, раскрывающих ключевые характеристики потребительских рынков, получена расширенная информация об условиях, определивших статус «лучших» и «худших» МО (табл. 5 и 6).

Таблица 5 – Расширенная характеристика 10 «лучших» муниципальных образований

Городские округа и муниципальные районы	Ранг муниципального образования по уровню насыщенности потребительских рынков	Принадлежность муниципалитета к группам потребительских рынков		Специализация
		по социально-экономическим параметрам населения	по местным условиям	
Южноуральск	1 (6 – по продовольственным товарам; 7 – по общественному питанию)	Б	А	1,061 (промышленность)
Миасс	2 (0 – по продовольственным товарам; 8 – по непродовольственным товарам)	В	Г	1,046 (промышленность)
Троицк	3 (10 – по общественному питанию; 9 – по платным услугам)	А	В	1,056 (промышленность)
Кыштым	4 (9 – по непродовольственным товарам; 13 – по общественному питанию)	В	Б	1,062 (промышленность)
Саткинский	5 (10 – по непродовольственным товарам; 11 – по платным услугам)	В	Г	1,054 (промышленность)
Златоуст	6 (11 – по продовольственным товарам; 11 – по общественному питанию)	В	Г	1,057 (промышленность)
Чебаркуль	7 (14 – по продовольственным товарам; 18 – по непродовольственным товарам)	А	Б	0,967 (промышленность)
Верхний Уфалей	8 (16 – по продовольственным товарам; 12 – по общественному питанию)	В	Б	1,034 (промышленность)
Ашинский	9 (12 – по продовольственным товарам; 16 – по платным услугам)	В	В	1,042 (промышленность)
Коркинский	10 (16 – по непродовольственным товарам; 18 – по общественному питанию)	А	Г	1,019 (промышленность)

Заливкой выделены МО, которые имеют диспропорции, а именно при промышленной специализации экономики: а) низкий рейтинг по непродовольственным товарам (темная заливка); б) низкий рейтинг по непродовольственным товарам, но высокий по платным услугам и объектам общественного питания (светло-серая заливка).

Анализ 10 «лучших» муниципальных образований позволил сделать вывод, что достаточно высокие результативные показатели функционирования потребительских рынков определяются следующими условиями:

- 1) промышленной специализацией ($K_c \geq 1$) (кроме г. Чебаркуля);
- 2) относительно более высокой плотностью населения (более 9 чел. / кв. км.) по сравнению со средней по Челябинской области (4,6 чел. / кв. км.) (кроме г. Верхнего Уфалея, г. Златоуста, г. Кыштыма, г. Миасса, Саткинского и Ашинского муниципальных районов).

Таблица 6 – Расширенная характеристика 10 «худших» муниципальных образований

Городские округа и муниципальные районы	Ранг муниципального образования по уровню насыщенности потребительских рынков	Принадлежность муниципального образования к группам потребительских рынков		Специализация
		по социально-экономическим параметрам населения	по местным условиям	
Октябрьский	28 (35 – по платным услугам)	В	Г	13,429 (сельское хозяйство)
Красноармейский	29 (32 – по продовольственным товарам; 30 – по общественному питанию)	В	В	11,767 (сельское хозяйство)
Брединский	30 (33 – по общественному питанию; 32 – по платным услугам)	В	Г	13,526 (сельское хозяйство)
Кунашакский	31 (37 – по общественному питанию; 37 – по платным услугам)	В	Г	13,415 (сельское хозяйство)
Агаповский	32 (33 – по продовольственным товарам; 38 – по непродовольственным товарам)	В	Г	9,561 (сельское хозяйство)
Троицкий	33 (36 – по непродовольственным товарам; 59 – по платным услугам)	В	Г	12,515 (сельское хозяйство)
Еткульский	34 (37 – по продовольственным товарам; 39 – по общественному питанию)	В	Г	9,217 (сельское хозяйство)
Уйский	35 (39 – по непродовольственным товарам)	В	Г	13,546 (сельское хозяйство)
Кизильский	36 (39 – по продовольственным товарам)	В	Г	13,452 (сельское хозяйство)
Нагайбакский	37 (нет отклонений)	В	Г	13,414 (сельское хозяйство)

Заливкой выделены МО, которые имеют диспропорции: сельскохозяйственная специализация экономики, но низкий рейтинг по продовольственным товарам.

В «худших» по результатам функционирования потребительских рынков МО наблюдается противоположная ситуация:

- 1) высокий уровень специализации по сельскому хозяйству ($K_c \geq 9,5$ и более);
- 2) низкая плотность населения муниципальных образований относительно плотности населения Челябинской области (менее 0,5 чел. / кв. км.).

Заслуживающим внимания оказался факт структурных диспропорций между уровнем развития экономики муниципальных образований и ее отраслевой специализацией, с одной стороны, и насыщенностью товарооборота продуктами специа-

лизации такого типа – с другой. Соответственно, выявлены три противоречивых ситуации (три типа проблем и, соответственно, «проблемных» муниципальных образований) (в табл. 5 и 6 выделены заливкой):

1) недостаточное обеспечение непродовольственными товарами муниципальных образований, имеющих промышленную специализацию (г. Кыштым, г. Миасс, Саткинский и Коркинский муниципальные районы);

2) низкое потребление продовольственных товаров муниципальными образованиями с сельскохозяйственной специализацией (Агаповский, Еткульский, Красноармейский и Кизильский муниципальные районы);

3) низкий оборот розничной торговли при высоком уровне платных услуг и сферы общественного питания в территориальных образованиях с промышленной специализацией (г.Чебаркуль).

Диссертантом показано, что наиболее значимым фактором, влияющим на результативные показатели (душевой оборот розничной торговли и объем платных услуг на душу населения) являются показатели местных условий (построены регрессионные модели, табл. 7), что позволяет конкретизировать возможный объект воздействия со стороны муниципальных органов власти как при регулировании «проблемных» МО, так и для изменения ситуации на потребительских рынках области в целом.

Таблица 7 – Регрессионные модели зависимости результирующих показателей потребительских рынков от социально-экономических параметров населения и местных условий

Модель результирующих показателей потребительских рынков в зависимости от социально-экономических параметров населения	Показатели социально-экономических параметров населения
1) Оборот розничной торговли $Y_1 = X_1 * 104,7642 + X_2 * 0,00288 - 22,277$ ($R=0,665$) 2) Объем платных услуг $Y_2 = X_1 * 68,4634 + X_2 * 0,0002737 - 8,7427$ ($R=0,752$)	Y_1 –оборот розничной торговли на душу населения; X_1 –доля работников организаций; X_2 –номинальная начисленная заработка плата работников организаций; Y_2 –объем платных услуг на душу населения.
Модель результирующих показателей потребительских рынков в зависимости от местных условий	Факторы местных условий
1) Оборот розничной торговли $Y_3 = 54,275 * X_3 + 232,502 * X_3^2 - 320,448 * X_3^3$ ($R^2=0,866$) 2) Объем платных услуг $Y_4 = 9,6719 * X_3 + 79,7585 * X_3^2 - 87,3728 * X_3^3$ ($R^2=0,831$)	Y_3 –оборот розничной торговли на душу населения; X_3 –площадь торгового зала объектов розничной торговли на душу населения; Y_4 –объем платных услуг на душу населения.

Очевидным является зависимость результирующих показателей потребительского рынка от местных условий и инфраструктурной обеспеченности, что требует от муниципальных органов власти концентрации на этом направлении регулирования. Помимо этого, модели регрессий целесообразно использовать для формиро-

вания прогнозов социально-экономического развития МО, в части развития территориальных потребительских рынков.

Предложенный подход имеет универсальный характер для субъектов федерации, имеющих большое количество муниципальных образований с разнонаправленной специализацией муниципалитетов. Систематизация диспропорций и определение их территориальной локализации позволяют разработать возможные направления развития потребительских рынков «проблемных» муниципальных образований.

4. Предложены рекомендации по регулированию потребительских рынков муниципальных образований Челябинской области, цели и мероприятия специфицированы по типам проблем муниципальных образований: повышение доступности непродовольственных товаров МО реализуется мерами по активизации и дифференциации форматов снабжения; обеспечение продовольственными товарами – через актуализацию мер по развитию мобильных форм торговли и др.

Эффективное государственное управление территориальными потребительскими рынками в условиях федеративной системы государственного управления предполагает реализацию следующих принципов: а) децентрализации, при которой центр тяжести в принятии определенных решений перемещается с федерального на региональный и муниципальный уровни; б) самоуправления, при котором субсидиарные потребности реализуются непосредственно территориальными образованиями, приближенными к населению, самостоятельно определяющими направление и механизм достижения цели.

В настоящее время ни одно «проблемное» муниципальное образование Челябинской области не имеет целевой программы по совершенствованию потребительского рынка, в связи с этим диссертантом разработаны направления и меры регулирования (рис. 6), учитывающие авторские теоретические положения и методические подходы. Последовательность действий включает ряд этапов.

1 этап – оценка состояния территориальных потребительских рынков в разрезе муниципальных образований: разработка «Карты потребностей» в потребительских товарах, учитывающей предпочтения населения; формирование и ведение Единого информационного Реестра региональных производителей продовольственной и непродовольственной продукции; составление «Карты специализаций» муниципальных образований региона.

2 этап - определение рангов муниципалитетов и определение диспропорций между сложившейся специализацией и насыщенностью товарооборота продуктами специализации такого типа.

3 этап – постановка целей регулирования в контексте развития рынков и нейтрализации диспропорций «проблемных» муниципальных образований.

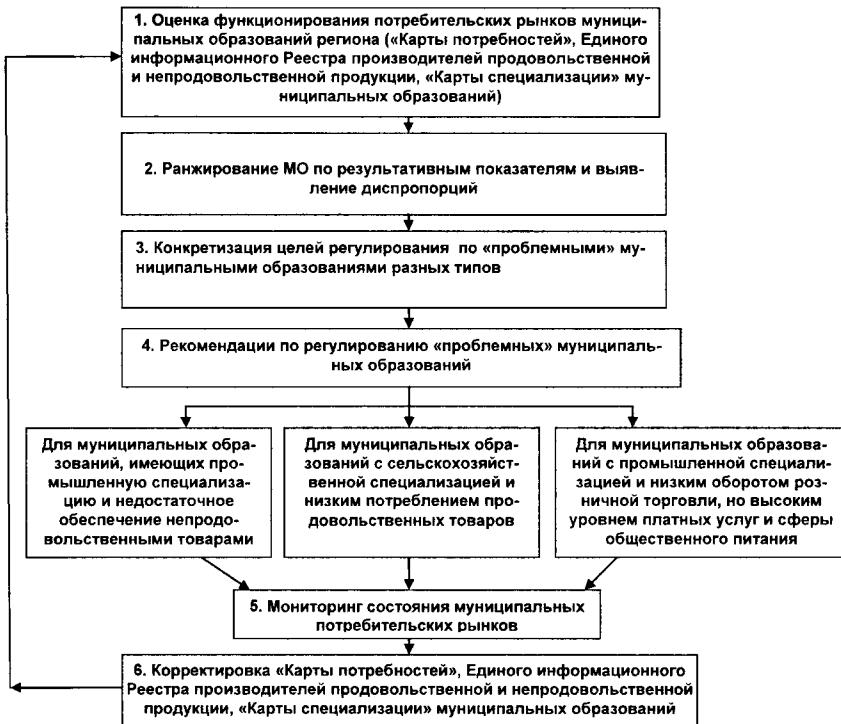


Рис. 6. Алгоритм регулирования «проблемных» муниципальных образований Челябинской области

4 этап - конкретизация механизма действий, включающего применение *общих* для всех муниципальных образований инструментов регулирования, активизирующих работу потребительских рынков в целом, именно: а) экономические (льготные ставки арендной платы; регулирование цен и налоговых ставок в местный бюджет; налоговые льготы; стимулирование потребительского кредитования и др.); б) организационные (создание единой системы закупок кооперативами сельхозпродукции и сырья в крестьянских хозяйствах, личных подворьях через сеть приемо-заготовительных пунктов; организация взаимодействия крупноформатной торговой сети и региональных производителей: проведение региональных закупочных сессий по типу «Форума закупщиков»); в) нормативно-правовые (ведение банка типовых нормативных правовых актов в области торговли, рекомендуемых в качестве образцов и типовых, модельных проектов для органов местного самоуправления).

Помимо этого основная нагрузка связана с «расшивкой узких мест», на основе проблемно-ориентированного подхода: а) для муниципалитетов с промышленной специализацией и недостаточным обеспечением непродовольственными товарами (в Челябинской области: г. Кыштым, г. Миасс, Саткинский и Коркинский муниципальные районы) основной целью является повышение доступности непродовольственных товаров через дифференциацию форматов снабжения; б) для территориальных образований с сельскохозяйственной специализацией и низким потреблением продовольственных товаров (Агаповский, Еткульский, Красноармейский и Кизильский муниципальные районы) целесообразно расширение доступности потребления продовольственных товаров на основе развития мобильных форм торговли; в) для муниципальных образований с промышленной специализацией и низким оборотом розничной торговли (г. Чебаркуль) целевой установкой должно стать комплексное развитие всех форматов торговли. В таблице 8 диссертантом сконцентрировано внимание на развитии инфраструктуры «проблемных» муниципальных образований, предложены направления и сформированы требования к их реализации.

5 этап – мониторинг муниципальных потребительских рынков, который предложено осуществлять по показателям авторской методики по двум классификационным направлениям (социально-экономические параметры населения и местные условия).

6 этап – корректировка данных с использованием основных форм обобщения данных по муниципалитетам: «Карты потребностей» в товарах; Единого информационного Реестра региональных производителей непродовольственных и продовольственных товаров; «Карты специализации» территориальных образований региона.

Применение предложенного алгоритма регулирования позволит отследить динамику «калейдоскопического многообразия связей», выявить проблемы и определить новые целевые установки в развитии муниципальных потребительских рынков.

Таблица 8 – Фрагмент рекомендаций по регулированию «проблемных» муниципальных образований Челябинской области

Направления и требования к организации
1. Территориальные образования с промышленной специализацией и недостаточностью обеспечения непродовольственными товарами
<p>Направления: 1) Распространение системы оптовых торговых центров («оптовых магазинов»), обслуживающих несетевые формы торговли непродовольственными товарами. Форма для малых и средних предприятий, продающих товары в большом ассортименте. Требование: наличие лицензии или патента; контрольно-кассовых машин.</p> <p>2) Развитие магазинов «шаговой доступности», продающих непродовольственные товары, и дискаунтеров; устроители должны быть субъектами малого предпринимательства и иметь трехлетний опыт деятельности. Требование к предприятиям «шаговой доступности»: размещение торговых объектов из расчета 200 кв.м (362 кв.м) торговых площадей по продаже непродовольственных товаров на 1000 жителей; площадь торгового зала 90 кв.м. (общая – 150 кв.м.); 2 складских помещения - 30 кв. метров; имущественная поддержка субъектов «шаговой доступности» (выделение пустующих помещений муниципальной собственности). Требование к магазинам низких цен (дискаунтерам): площадь торгового зала от 300 до 800 кв.м., узкий ассортимент товаров, без предоставления дополнительных услуг покупателям; площадь склада – 100-250 кв. метров, общее число товарных наименований составляет от 500 до 2500 позиций; товары повседневного спроса по низким ценам, за счет минимизации расходов на обслуживание, размещаются в «спальных» районах; соотношение продовольственной и непродовольственной группы - 80% к 20%.</p> <p>3) Замена киосков на современные павильоны модульного типа с торговым залом и соответствующими условиями для покупателей. Требования: отдельно стоящее модульное здание, имеющее сравнительно небольшие размеры, не уступающее традиционным торговым зданиям; соответствие с градостроительными нормами; разрабатываются с учётом индивидуальных особенностей рабочего проекта и предпочтений заказчика.</p>
2. Территориальные образования с сельскохозяйственной специализацией и низким уровнем торговли продовольственными товарами
<p>Направления: 1) Развитие мобильных форм торговли с использованием специализированных или специально оборудованных транспортных средств (автомагазины, автоприцепы и др.). Требования: выпуск автомагазинов на базе автомобилей ГАЗ, ЗИЛ и др. оснащение салонов холодильным и кассовым оборудованием, запорами и прижимами, предохраняющими товары от смещения при транспортировке и др.; составление маршрутов и графиков и информирование о работе автомагазина и о наличии товаров (учет изменения климатических условий, особенностей проведения сельскохозяйственных работ и пр.); прием заказов на товары; доставка заказанных крупногабаритных товаров на дом покупателя.</p> <p>2) Распространение системы оптовых складов (баз): а) продажа товаров через передвижные склады и разъездных товароведов; б) обслуживание несетевых форм торговли; в) широкий сбыт скропортящихся товаров; г) обеспечение дополнительного контроля качества продуктов на «входе» и «выходе». Требование: использование крытых автомашин; загрузки товара в соответствии с товарным ассортиментом магазинов; использование передвижных складов при товароснабжении отдельных небольших различных торговых предприятий; в соответствии с графиками (разъездные товароведы (коммивояжеры)).</p> <p>3) Развитие магазинов «шаговой доступности» с продажей продовольственных товаров. Требования: не менее 50% торговых площадей должны быть предоставлены под реализацию социально значимых товаров; в продовольственном отделе обязательно наличие товаров первой необходимости (хлебобулочных изделий, мясных, молочных, фруктов и овощей и др.); расширение практики прямых продаж продовольственных товаров через разнообразные ярмарки (постоянные, по расписанию, акции-ярмарки «продукты к подъезду», «ярмарки выходного дня»); организация обособленной от торговых мест стоянок для автотранспорта продавцов и покупателей; предоставление торговых мест юридическим лицам, индивидуальным предпринимателям и гражданам, ведущим фермерские хозяйства, ЛПХ или занимающимся огородничеством, животноводством; размещение лаборатории ветеринарно-санитарной экспертизы в случае осуществления деятельности по продаже пищевых продуктов животного и (или) растительного происхождения; установление в доступном месте соответствующих метрологических и измерительных приборов в целях проверки покупателями правильности цены, массы продовольственных товаров.</p>

Результаты проведенного исследования дают основание считать, что поставленные в нем задачи решены и цель достигнута.

III. ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Статьи в научных журналах, рекомендованных ВАК РФ

1. Пасешник, Н.П. Место регионального потребительского рынка в экономической системе Уральского федерального округа / В.С. Антонюк, Н.П. Пасешник // Вестник ЮУрГУ. Серия Экономика и менеджмент. – 2010. – Вып. 16. – № 39 (215). – С. 4–9. – 0,4 п.л. (авторских 0,2 п.л.).

2. Пасешник, Н.П. Содержание и классификация региональных потребительских рынков / В.С. Антонюк, Н.П. Пасешник // Вестник ИжГТУ. – 2011. – № 3. – С. 47–50. – 0,4 п.л. (авторских 0,2 п.л.).

3. Пасешник, Н.П. Теоретические, методологические и практические аспекты функционирования регионального потребительского рынка / В.С. Антонюк, Н.П. Пасешник, А.К. Тащев // Вестник ЮУрГУ. Серия Экономика и менеджмент. – 2012. – Вып. 24. – № 44 (303). – С. 23–32. – 0,7 п.л. (авторских 0,3 п.л.).

Статьи в монографиях, сборниках, журналах и материалах конференций

4. Пасешник, Н.П. Развитие рынка товаров и сферы услуг / Н.П. Пасешник // Стратегия социально-экономического развития Карталинского муниципального района до 2020 г.: монография; под ред. В.С.Антонюк, И.В.Даниловой. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2009. – С. 110–114. – 0,3 п.л.

5. Пасешник, Н.П. Развитие рынка товаров и сферы услуг / Н.П. Пасешник // Стратегия социально-экономического развития Коркинского муниципального района до 2020 г.: монография; под ред. В.С.Антонюк. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2009. – С. 62–66. – 0,3 п.л.

6. Пасешник, Н.П. Некоторые подходы к оценке регионального потребительского рынка / Н.П. Пасешник // Региональное развитие: теоретико-экономические, финансовые и управленические аспекты: научные труды кафедры ЭТиМЭ. Вып. 2. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – С. 160–167. – 0,35 п.л.

7. Пасешник, Н.П. Региональные особенности потребительского рынка Уральского региона / Н.П. Пасешник // Научный поиск: материалы второй научной конференции аспирантов и докторантов. Экономика. Управление. Право. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – Т. 1. – С. 155–158. – 0,2 п.л.

8. Пасешник, Н.П. Региональные особенности формирования и развития потребительского рынка Уральского региона / Н.П. Пасешник // Экономическое развитие регионов Российской Федерации: проблемы и перспективы: тр. науч.-практ. конф. преподавателей вузов, ученых и специалистов (29 апр. 2010 г.) / ЧОУ ВПО «ЮЖ.-Урал. ин-т упр. и экономики». – Челябинск: Полиграф-Мастер, 2010. – С. 79–83. – 0,2 п.л.

9. Пасешник, Н.П. Особенности формирования и развития регионального потребительского рынка / Н.П. Пасешник // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд: труды международной межвузовской научно-практической конференции преподавателей вузов, ученых и специалистов (26 апреля 2011 г.). – Челябинск: Центр научного сотрудничества, 2011. – С. 109–117. – 0,4 п.л.

10. Пасешник, Н.П. К вопросу о моделировании потребительского рынка муниципальных образований региона / Н.П. Пасешник // Актуальные проблемы экономики и управления в современном обществе: сборник статей ежегодной всероссийской с международным участием научно-практической конференции (17 ноября 2011 г.); под ред. Е.В. Поносовой. – Пермь: АНО ВПО «Пермский институт экономики и финансов», 2011. – С. 248–251. – 0,2 п.л.

ПАСЕШНИК НАТАЛЬЯ ПЕТРОВНА

**ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ
РЫНКОВ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ, МЕТОДИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ**

**Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(региональная экономика)**

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук

Подписано в печать 26 мая 2013 г. формат 60x84 1/16. Бум. офсетная
Печ. л. 1,5. Печать-ризография. Тираж 100 экз. Заказ №620
Отпечатано в типографии ФГБОУ ВПО ЧГПУ 454080, г. Челябинск, пр.Ленина, 69
с оригинала-макета заказчика