

В. С. Антонюк, И. В. Данилова, Н. П. Пасешник

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

В статье рассмотрены территориальные потребительские рынки на основе анализа ключевых характеристик: уровня децентрализации, субсидиарности к потребителям конкретной территории, детерминированности местными условиями и отраслевой специализаций.

Предложен методический подход к классификации территориальных потребительских рынков (на примере рынков муниципального уровня), заключающийся в использовании классификационных признаков, раскрывающих их особенности, факторы и функциональность.

Выявлены структурные диспропорции между отраслевой направленностью муниципалитета и структурой потребительского рынка, что позволило выделить три типа проблем в развитии муниципальных образований: недостаточное обеспечение непродовольственными товарами территориальных образований, имеющих промышленную специализацию; низкое потребление продовольственных товаров муниципалитетов с сельскохозяйственной специализацией; низкий оборот розничной торговли при высоком уровне платных услуг и сферы общественного питания в территориальных образованиях с промышленной специализацией.

Представлены рекомендации по регулированию потребительских рынков «проблемных» муниципальных образований Челябинской области на основе проблемноориентированного подхода, цели и мероприятия которого специфицированы в зависимости от диспропорций экономики конкретного муниципалитета.

Ключевые слова: территориальные потребительские рынки, территориальная децентрализация, субсидиарность, региональная специализация, структурные диспропорции, «проблемные» муниципальные образования

В развитии рыночного механизма российской экономики особое место занимают потребительские рынки, параметры спроса и предложения, обеспеченность инфраструктурой, уровень удовлетворения потребностей которых 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, удовлетворяя повседневные потребности, 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, отличия в снабжении продовольственными и непродовольственными товарами, что в условиях нестабильности экономики и реальных доходов населения является источником социальных рисков.

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.

Систематизация подходов и признаков к классификации потребительских рынков, выделяемых российскими и зарубежными авто-

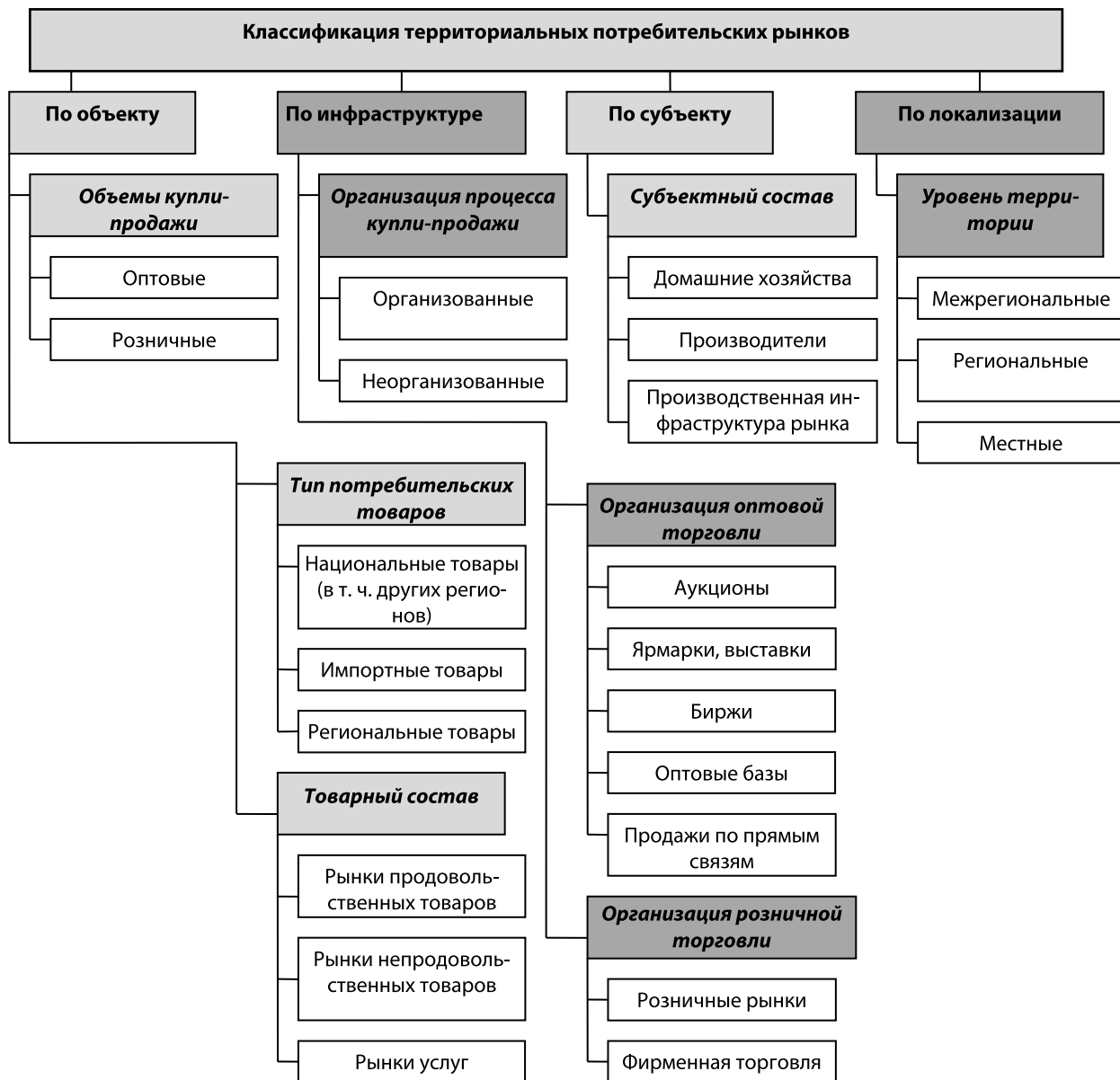


Рис. 1. Классификационные подходы и признаки разграничения потребительских рынков (подходы к классификации выделены заливкой)

рами представлена на 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) [1, 4, 5, 6].

Многообразии признаков и характеристик потребительских рынков, неравномерность уровня развития и дифференциация параметров (особенно на уровне муниципальных образований) при низких доходах и спонтанном

развитии определили необходимость расширения теоретических основ предмета исследования. На наш взгляд, к ключевым характеристикам территориальных потребительских рынков 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) детерминированность параметров и структуры потребительских рынков местными условиями и отраслевой специализацией территории, то есть определяемость



Рис. 2. Характеристика территориальных потребительских рынков

«географической» локализацией рынков [2, с. 23].

Теоретическое содержание ключевых характеристик состоит в следующем.

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 subsidiarity территориальных потребительских рынков означает 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 территориального 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

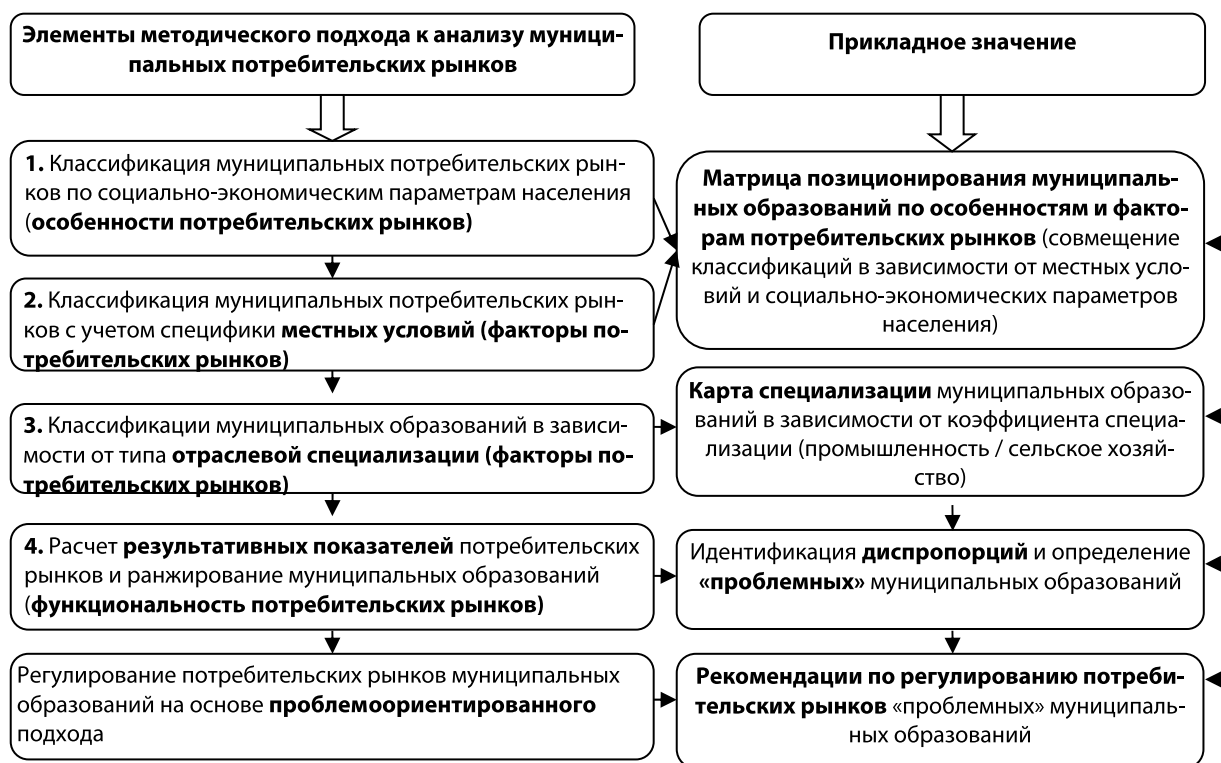


Рис. 3. Содержание и прикладная реализация методического подхода

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 [2, с. 24; 7, с. 163].

Указанные ключевые характеристики потребительских рынков и их содержание показаны на рис. 2.

Таким образом, под территориальными потребительскими рынками понимается децентрализованный сегмент товарного обращения национального рынка, определяемый специализацией региона и местными условиями и характеризующийся субсидиарностью к потребностям населения территории.

Как децентрализованная система товарообращения 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 (каналы и схемы товародвижения), организация механизма товарообменных операций. Можно

выделить следующие особенности территориальных потребительских рынков:

- «калейдоскопическое разнообразие связей»; существенное варьирование стоимостного объема потоков; значительное изменение номенклатуры и физического объема;

- наличие эффекта «фрикции расстояния» (перевозка большого количества грузов на короткие расстояния) [3, с. 102].

Ключевые характеристики потребительских рынков являются теоретической базой, на основе которой сформирован методический подход оценки состояния и типологии территориальных потребительских рынков на примере рынков муниципального уровня, элементы и прикладное значение которого представлено на рис. 3.

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

На функционирование потребительских рынков и уровень их развития влияют особенности (социально-экономические параметры населения) и факторы (местные условия муниципальных образований), 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 клас-

Таблица 1

Показатели классификации муниципальных потребительских рынков

Особенности и факторы муниципальных потребительских рынков	Показатели муниципальных потребительских рынков
<i>I. Особенности (социально-экономические характеристики населения) муниципальных потребительских рынков</i>	
1. Уровень жизни населения	X1 — среднемесячная номинальная начисленная заработная 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, км ² ;
3. Активность трудовых ресурсов	X8 — экономически активное население, чел.;
<i>II. Факторы (специфика местных условий) потребительских рынков</i>	
1. Инфраструктурное обустройство товаропотоков	X9 — количество объектов розничной торговли и общественного питания, ед.; X10 — площадь торгового зала объектов розничной торговли, м ² ; X11 — площадь зала обслуживания посетителей в объектах общественного питания, м ² ; 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.

сификации явились потребительские рынки 39 муниципальных образований Челябинской области (исключены Челябинский и Магнитогорский городские округа).

При распределении муниципальных образований (МО) по кластерам в качестве основного параметра разграничения использован показатель душевого розничного товарооборота. Классификация муниципальных образований по социально-экономическим характеристикам населения и по местным условиям представлена в табл. 2.

Переход от кластеров (начало таблицы 2 — кластеры 1, 2, 3, 4) к группам (конец таблицы 2 — группы А, Б, В, Г) осуществлялся по показателю величины среднего оборота розничной торговли на душу населения. Логика 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, провести 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).

Основная часть муниципальных образований 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 муниципальных образований (выделенной заливкой на рис. 4) основными проблемами являются низкий уровень следующих 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.

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							
		Кластер	Средний по кластеру душевой розничный товарооборот населения			Кластер	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	—	—	—	1,312	—	—	—	—
2	Златоуст	3	—	—	1,417	—	—	—	1,417	—	—	—	—
3	Карабаш	3	—	—	0,694	—	—	—	0,694	—	—	—	—
4	Копейск	4	—	—	—	—	—	1,053	1,053	—	—	—	—
5	Кыштым	3	—	—	1,897	—	—	—	1,897	—	—	—	—
6	Миасс	3	—	—	1,394	—	—	—	1,394	—	—	—	—
7	Троицк	1	1,733	—	—	—	—	—	—	—	1,733	—	—
8	Усть-Катав	3	—	—	0,894	—	—	—	0,894	—	—	—	—
9	Чебаркуль	1	0,948	—	—	—	—	—	0,948	—	—	—	—
10	Южноуральск	4	—	—	—	—	—	1,578	—	—	—	—	1,578
...
29	Октябрьский	3	—	—	0,616	—	—	—	0,616	—	—	—	—
30	Пластовский	3	—	—	0,841	—	—	—	—	—	—	—	0,841
31	Саткинский	3	—	—	1,378	—	—	—	1,378	—	—	—	—
32	Сосновский	3	—	—	0,716	—	—	—	—	—	0,716	—	—
33	Троицкий	3	—	—	0,482	—	—	—	0,482	—	—	—	—
34	Увельский	3	—	—	0,345	—	—	—	0,345	—	—	—	—
35	Уйский	3	—	—	0,270	—	—	—	0,270	—	—	—	—
36	Чебаркульский	3	—	—	0,570	—	—	—	0,570	—	—	—	—
37	Чесменский	3	—	—	0,339	—	—	—	0,339	—	—	—	—
Средняя характеристика оборота розничной торговли на душу населения по группам муниципальных образований			1,324	0,430	0,776	1,316			0,968	0,784	0,838		1,210
Количество муниципальных образований в группе			3	1	31	2			5	24	6		2
Классификация по группам			группа А	группа Г	группа В	группа Б			группа Б	группа Г	группа В		группа А

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, Кунашакский, 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 группу, жирным шрифтом выделены МО, имеющие значения душевого розничного товарооборота по сравнению со среднеобластным больше единицы)

Следующий этап — расчет коэффициента специализации, как отношения удельного веса отрасли в общем объеме производства МО к удельному весу той же отрасли в структуре продукта региона (показывает, во сколько раз концентрация данной отрасли в конкретном муниципальном образовании больше / меньше, чем в среднем по области):

$$K_c = \frac{V_m}{S_m} \div \frac{V_p}{S_p}, \quad (1)$$

где V_m — объем производства данной отрасли в муниципальном образовании в валовом исчислении; V_p — объем производства данной 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.

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.

Распределение муниципалитетов в зависимости от коэффициента специализации по промышленности и по сельскому хозяйству представлено в виде карты специализации муниципальных образований Челябинской области с учетом душевого розничного товарооборота (величина круга), как методический прием визуализации позиции конкретных МО (рис. 5).

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,

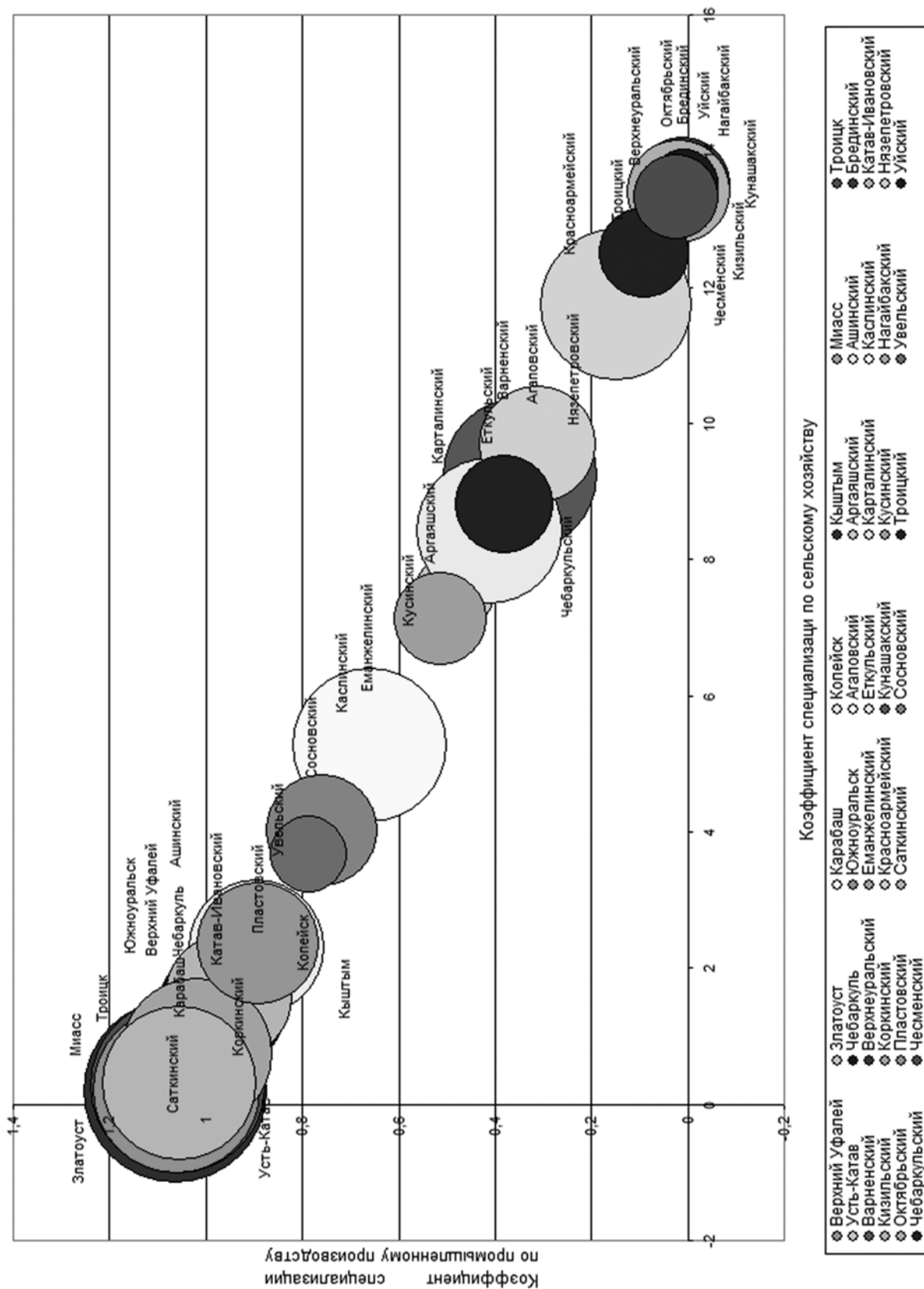


Рис. 5. Карта специализации муниципальных образований Челябинской области

Таблица 3

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	(9 — 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 продовольственным и непродовольственным товарам, но высокий по платным услугам и объектам общественного питания (светло-серая заливка).

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.

На наш взгляд, особенный интерес представляет сравнительный анализ составленного рейтинга по результативным показателям, матрица позиционирования муниципальных образований и уровень их специализации для 10 «лучших» и 10 «худших» МО.

Так, расширенная информация об условиях, определивших статус «лучших» и «худших» муниципальных образований, представлена в табл. 3 и 4.

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

1) промышленной специализацией ($K_c > 1$) (кроме г. Чебаркуля);

2) относительно более высокой плотностью населения (коэффициент более 9) по сравнению со средней по Челябинской области (коэффициент 4,6) (кроме г. Верхнего Уфалея, г. Златоуста, г. Кыштыма, г. Миасса, Саткинского и Ашинского муниципальных районов).

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

1) высокий уровень специализации по сельскому хозяйству ($K_c > 9,5$ и более);

2) низкая плотность населения муниципальных образований относительно плотности

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; 39 — 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 продовольственным 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.

населения Челябинской области (коэффициент менее 0,5).

Заслуживающим внимания оказался факт структурных диспропорций между уровнем развития экономики муниципальных образований и ее отраслевой специализацией, с одной стороны, и насыщенностью товарооборота продуктами специализации такого типа — с другой. Соответственно, выявлены три противоречивых ситуации (три типа проблем и, соответственно, «проблемных» муниципальных образований) (в табл. 3 и 4 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).

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.

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

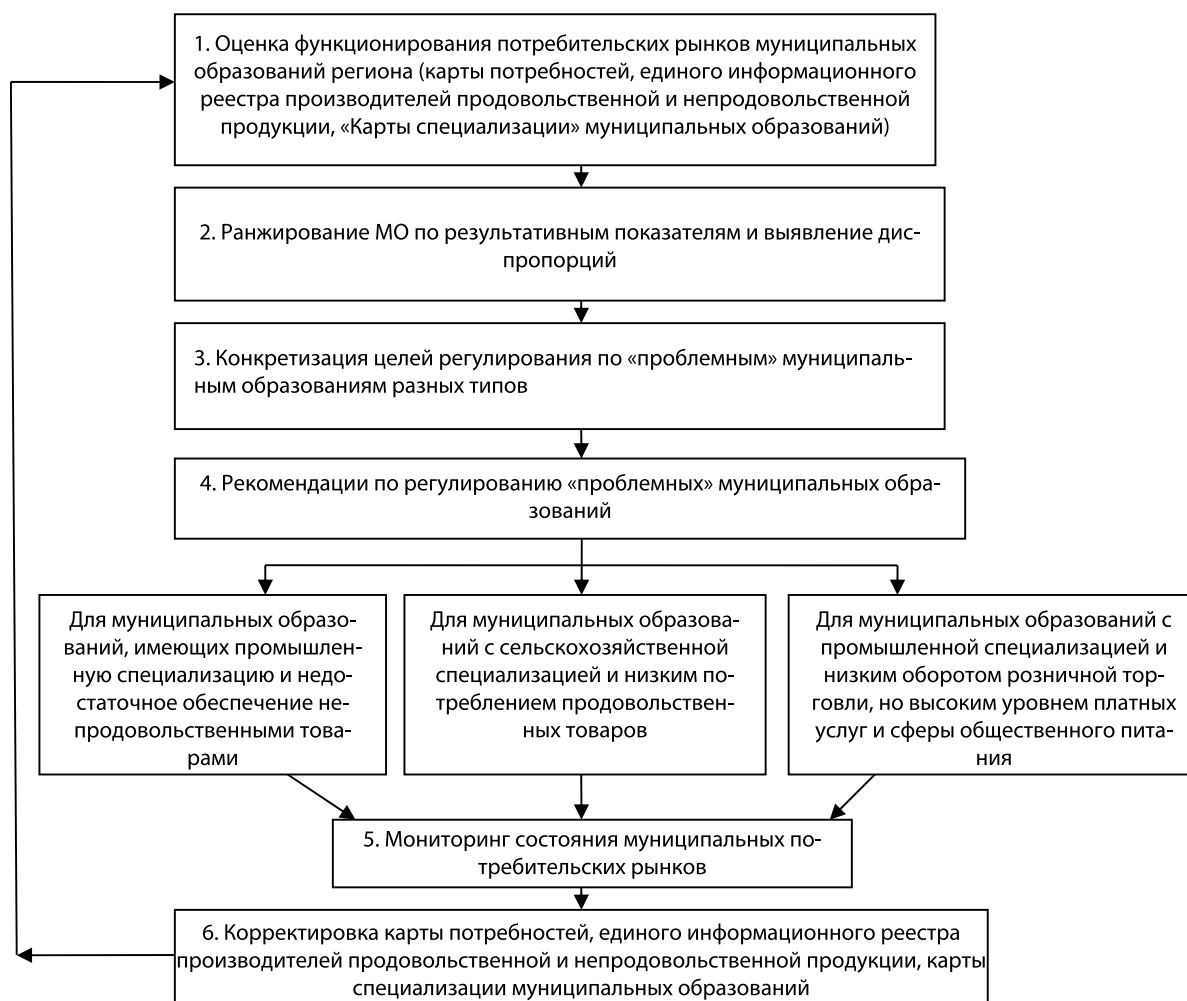


Рис. 6. Алгоритм регулирования «проблемных» муниципальных образований Челябинской области

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 предлагаются направления и меры регулирования, последовательность которых представлена на рис. 6.

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 специализации 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.

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 приемозаготовительных пунктов; организация взаимодей-

ствия 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. Это достигается путем развития: системы оптовых торговых центров, обслуживающих не сетевые формы торговли непродовольственными товарами; магазинов шаговой доступности и дискаунтеров, продающих непродовольственные товары; заменой киосков на современные павильоны модульного типа с торговым залом и соответствующими условиями для покупателей;

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, а именно: использования специализированных или специально оборудованных транспортных средств (автомагазины, автоприцепы); распространения системы оптовых складов (баз); магази-

нов шаговой доступности с продажей продовольственных товаров; прямых продаж через ярмарки;

в) для муниципальных образований с промышленной специализацией и низким оборотом розничной торговли (г. Чебаркуль) целевой установкой должно стать комплексное развитие всех форматов торговли: супермаркетов, торговых комплексов, магазинов шаговой доступности, дискаунтеров и вендингов; внедрение интернет-торговли; организация собственных минипроизводственных цехов мясных, рыбных полуфабрикатов и прочей кулинарной продукции; содействие доступа на розничные рынки крестьянско-фермерских хозяйств и граждан, ведущих ЛПХ.

Важно подчеркнуть, что внедрение всех форматов торговли должно осуществляться при строгом соблюдении требований к их реализации.

5 этап — мониторинг муниципальных потребительских рынков, который необходимо осуществлять согласно предложенной методике 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.

Список источников

1. Анимца Е. Г., Иваницкий В. П., Пешина Э. В. В поисках новой парадигмы регионального развития. — Екатеринбург: УрО РАН, 2005.
2. Антонюк В. С., Пасешиник Н. П., Тащев А. К. Теоретические, методологические и практические аспекты функционирования регионального потребительского рынка // Вестник ЮУрГУ. — 2012. — Вып. 24. — № 44. — С. 23-32. (Экономика и менеджмент).
3. Изард У. Методы регионального анализа. Введение в науку о регионах. — М.: Прогресс, 1996.
4. Куклин А. А., Татаркин А. И., Черепанова А. В. Социально-демографическая безопасность регионов России. Текущее состояние и проблемы диагностики // Экономика региона. — 2008. — №3(15). — С. 153-161.
5. Региональный рынок. Предпосылки формирования и регулирования / Отв. ред. А. И. Татаркин; РАН, Уральское отделение, Институт экономики. — Екатеринбург: НИСО УрО РАН, 1995.
6. Татаркин А. И., Попов Е. В. Теория анализа рынка. — Екатеринбург: ИЭ УрО РАН, 2000.
7. Antonyuk V. S., Vansovich E. R. Assessment of regional industry-specific shifts // Экономика региона. — 2012. — №1. — С. 161-170.

Информация об авторах

Антонюк Валентина Сергеевна (Челябинск, Россия) — доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономической теории и мировой экономики, Южно-Уральский государственный университет (454080, г. Челябинск, пр. им. В. И. Ленина, 76, e-mail: antvs@list.ru).

Данилова Ирина Валентиновна (Челябинск, Россия) — доктор экономических наук, профессор кафедры экономической теории и мировой экономики, Южно-Уральский государственный университет (454080, г. Челябинск, пр. им. В. И. Ленина, 76).

Пасешник Наталья Петровна (Челябинск, Россия) — старший преподаватель кафедры «Управление и бизнес», Южно-Уральский институт управления и экономики (454052, г. Челябинск, ул. Комаровского, 9а, e-mail: paseshnic@mail.ru).

V. S. Antonyuk, I. V. Danilova, N. P. Paseshnik

Functioning and development of local consumer markets: theoretical, methodological and applied aspects

In the article, the territorial consumer markets on the basis of the key characteristics' analysis are considered: level of decentralization, subsidiarity to consumers of the certain territory, depending on the local conditions and industry specializations.

A methodical approach to the classification of the territorial consumer markets (on the example of the municipal level markets), including steps of the use of classification signs revealing their features, factors and functionality are offered.

Structural distortions between branch orientation of the municipality and the consumer market structure are revealed. That has allowed to allocate three types of «problems» in development of municipalities: the insufficient providing with nonfood goods of the territorial subdivisions having industrial specialization; low consumption of food products of municipalities with agricultural specialization; low retail trade turnover at the high level of paid services and areas of public food in territorial subdivisions with industrial specialization.

Recommendations on the regulation of the consumer markets of the «problematic» municipalities of Chelyabinsk region on the basis of problem-targeted approach are submitted; its purposes and actions are specified depending on economic disproportions of the certain municipality.

Keywords: territorial consumer markets; territorial decentralization; subsidiarity; regional specialization; structural imbalances; «problematic» municipalities.

References

1. Animitsa Ye. G., Ivanitskiy V. P., Peshina E. V. (2005). V poiskakh novoy paradigmy regionalnogo razvitiya [In search of a new paradigm of regional development]. Yekaterinburg, UB RAS.
2. Antonyuk V. S., Paseshnik N. P., Tashchev A. K. (2012). Teoreticheskie, metodologicheskie i prakticheskie aspekty funktsionirovaniya regionalnogo potrebitelskogo rynka [Theoretical, methodological and practical aspects of the functioning of the regional consumer market]. Vestnik YuUrGU [Bulletin of South Ural State University], Issue 24, 44, 23-32 (Economics and management).
3. Izard U. (1996). Metody regionalnogo analiza. Vvedenie v nauku o regionakh [Methods of the regional analysis. Introduction to a science of regions]. Moscow.
4. Kuklin A. A., Tatarkin A. I., Cherepanova A. V. (2008). Sotsialno-demographicheskaya bezopasnost regionov Rossii. Tekushcheye sostoyanie i problemy diagnostiki [Social and demographic security of Russian regions. Current state and diagnostics problems]. Ekonomika regiona [Economy of Region], 3(15), 153-161.
5. Tatarkin A. I. (Ed.) (1995). Regionalnyy rynek. Predposylki formirovaniya i regulirovaniya [Regional market. Formation factors and regulation preconditions]. Institute of Economics, UB RAS, Yekaterinburg.
6. Tatarkin A. I., Popov Ye. V. (2000). Teoriya analiza rynka [The market analysis theory]. Yekaterinburg, IE UB RAS.
7. Antonyuk V. S., Vansovich E. R. (2012) Otsenka regionalnykh izmeneniy otrasli [Assessment of regional industry-specific shifts]. Ekonomika regiona [Economy of Region], 1, 161-170.

Information about the authors

Antonyuk Valentina S. (Chelyabinsk, Russia) — Doctor of Economics, Professor, Head of the Economic Theory and International Economics Department, South Ural State University (76, Lenin Avenue, Chelyabinsk, 454080, Russia, e-mail: antvs@list.ru).

Danilova Irina V. (Chelyabinsk, Russia) — Doctor of Economics, Professor of the Economic Theory and International Economics Department, South Ural State University (76, Lenin Avenue, Chelyabinsk, 454080, Russia).

Paseshnik Natalya P. (Chelyabinsk, Russia) — Senior Research Fellow at the Management and Business Department, South Ural Institute of Management and Economics (9A, Komarovskiy street, Chelyabinsk, 454052, Russia, e-mail: paseshnic@mail.ru).